

 **Facultat de Ciències de l'Activitat Física i l'Esport**



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

Programa de doctorado 3161 en Actividad Física y Deporte

**PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES DE
GRAN CANARIA SOBRE EL IMPACTO DEL
TURISMO ACTIVO-DEPORTIVO**

TESIS DOCTORAL

Presentada por:

Rómulo Jacobo González García

Dirigida por:

Dr. Vicente Año Sanz

Dr. Ferran Calabuig Moreno

Dr. David Parra Camacho

Septiembre 2018

Valencia

Este trabajo ha sido presentado el 28 de Septiembre de 2018 en el Departamento de Educación Física y Deportiva de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universitat de València.

Firmado:

Rómulo Jacobo González García

Dr. D. Vicente Año Sanz, Profesor Titular de la Universitat de València, adscrito al Departament d'Educació Física i Esportiva.

Dr. D. Ferran Calabuig Moreno, Profesor Titular de la Universitat de València, adscrito al Departament d'Educació Física i Esportiva.

Dr. D. David Parra Camacho, Profesor Contratado Doctor de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Martir", adscrito al Departamento de Enseñanza y Aprendizaje de Educación Física, Plástica y Musical.

CERTIFICAN:

Que el presente trabajo, titulado "LA PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES EN GRAN CANARIA SOBRE EL IMPACTO DEL TURISMO ACTIVO-DEPORTIVO", ha sido realizado bajo su dirección en el Departament d'Educació Física i Esportiva de la Universitat de València, por D. Rómulo Jacobo González García, para optar al grado de Doctor en Actividad Física y Deporte con mención internacional.

Habiéndose concluido, y reuniendo a su juicio las condiciones de originalidad y rigor científico necesarias, autorizan su presentación a fin de que pueda ser defendido ante el tribunal correspondiente.

Y para que así conste expiden y firman la presente certificación en Valencia a 28 de Septiembre de 2018.

Fdo. Vicente Año Sanz

Fdo. Ferran Calabuig Moreno

Fdo. David Parra Camacho

*“Sólo cabe progresar cuando se piensa en grande, sólo es posible
avanzar cuando se mira lejos.”*

José Ortega y Gasset.

AGRADECIMIENTOS

El desarrollo de este trabajo ha sido posible gracias a la colaboración y compañía de personas extraordinarias. Todas ellas han aportado de manera significativa para que se pudiera conseguir el objetivo que me marqué algunos años atrás, desconociendo quizá, la magnitud que tomaría este trabajo, tanto, que ha condicionado mi vida durante estos tres intensos y cortos años, cambiándola para siempre.

Debo comenzar agradeciendo su labor a mis directores, Vicente Añó, Ferran Calabuig y David Parra. Desde que llegue a esta universidad, me han acogido de manera excelente y han contribuido a la consecución de este periodo gracias al aporte de una materia incalculable, conocimiento. Puedo decir con orgullo que gracias a ellos, a día de hoy, soy un poco más sabio.

A Roberto Ojeda, que ha sido mi mentor académico desde que era estudiante de grado en la ULPGC. Durante esta última etapa, ha sido mi conexión académica con la isla. No tengo palabras de agradecimiento suficientes por el tiempo que me ha dedicado desinteresadamente. Espero que esta relación profesional se vea prolongada en un futuro cercano.

Debido a la estancia en la Faculdade do Desporto de la Universidade do Porto, he podido conocer a una gran profesional, Maria José Carvalho. Referente en su país, gracias por demostrarme que trabajando duro todo es posible. Tampoco puedo olvidarme de los compañeros de

departamento, en especial a Gustavo Paípe, eternamente agradecido por tu acogida y por hacer que mi estancia fuera más amena.

No puedo olvidarme de agradecer todo su apoyo e implicación a magnífico grupo de investigación, del cual tengo el orgullo de decir que pertenezco. Gracias por tanto. Porque como buen equipo, juntos somos más fuertes.

Gracias Shiba, no podía dejar pasar la ocasión de agradecerte el tiempo y enseñanzas que me has aportado. Prometo recoger todos los consejos (o casi todos).

En este momento, he de agradecer a todos aquellos que colaboraron para que la recopilación de la muestra fuera más fructífera (Iris, Natalia, Patricia, Aday Limi, Lety, Aarón, las chicas del Kilo Telde...) y como no, a todos aquellos que tuvieron 10 minutos para cumplimentarla. En este punto, también quisiera agradecer al Colef Canarias, primero por la gran labor que hacen en defensa del sector, y seguidamente, por ayudarme a dar un impulso a que la muestra de esta investigación fuera un poco más amplia.

No puedo olvidarme de mis amigos, en especial de Gara, Carol, Kilian, Yago, Joel... Muchas gracias por hacerme sacar más de cien sonrisas, y hacerme sentir cerca aún en la distancia.

También he de agradecer la acogida que he recibido a lo que considero mi familia peninsular, desde Burjassot a Pulpí. Gracias Francisco, Elena y familia por acogerme como uno de los vuestros, aunque no me perdonéis que no les visite más a menudo. Y gracias a José, Juani, y

Daniel, así como a toda su magnífica familia murciano-pulpileña, que me han hecho sentir como en mi propia casa.

Gracias a ti, María, por todo lo que haces por mí. De sobra sabes que sin ti no hubiera podido conseguirlo. He tenido la gran suerte de poder compartir este tiempo contigo, y no creo que haya nadie mejor con quien pudiera hacerlo. Nuestro camino continua, y estoy seguro que nos llevará a un lugar maravilloso. Lo recorreremos juntos.

Los más importantes, Ruth, Mamá, Papá, todo lo que habéis hecho por mi no tiene precio. Me habéis regalado lo que todo hijo y hermano pudiera querer. Habéis sido la base de todo. No ha sido un camino fácil debido a la distancia, pero creo que hemos sabido llevarlo de la mejor manera. Me haceis sentir muy orgulloso.

Muchas Gracias

ÍNDICE

RESUMEN	25
RESUM	29
ABSTRACT	33
INTRODUCCIÓN	37
CAPÍTULO I. EL FENÓMENO DEL TURISMO: UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO.	47
1.1 Conceptos	49
1.1.1 Ocio	49
1.1.2 Turismo	52
1.1.3 Percepciones	55
1.2 El Turismo como Fenómeno Global	57
1.2.1 Stakeholders	65
1.2.2 Turismo e Instituciones	69
1.2.3 El Turista	78
1.2.4 Interacción Turista-Residente	82
CAPÍTULO II. EL TURISMO DEPORTIVO	85
2.1 Turismo y Deporte	87
2.1.1 Tipología del turismo activo-deportivo	99
2.1.2 Turismo y Eventos Deportivos.	103
CAPÍTULO III. TEORÍAS Y TIPOS DE IMPACTO SOBRE TURISMO	113
3.1 Teorías sobre turismo	115
3.1.1 Irridex model	116
3.1.2 Tourism Area Life Cycle	117
3.1.3 Teoría del intercambio social.	118
3.2 Tipos de Impacto del Turismo Deportivo	121
3.2.1 Impacto Económico	125

Índice

3.2.2 Impacto Cultural	128
3.2.3 Impacto Político-Administrativo	129
3.2.4 Impacto Social	130
3.2.5 Impacto Medioambiental	132
3.4 Calidad de Vida	135
3.5 La Imagen de la localidad.	139
3.6 El apego de la comunidad.	142
3.7 El apoyo al desarrollo turístico.	144
CAPITULO IV. PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES SOBRE LOS IMPACTOS DEL TURISMO	147
4.1 Percepción de los residentes sobre el impacto del turismo.	149
4.2 Percepción de los residentes sobre el turismo deportivo.	152
4.2.1 Análisis Bibliométrico	152
CAPÍTULO V. EL TURISMO EN ENTORNOS ISLEÑOS	167
5.1 El turismo en entornos isleños	169
5.2 El Turismo en Canarias	172
5.3 El Turismo en Gran Canaria	182
5.4 El Turismo Deportivo en Gran Canaria	183
CAPÍTULO VI. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	187
CAPÍTULO VII. MÉTODO	197
7.1 Participantes	200
7.1.1 Población objeto de estudio	200
7.1.2 Características de la muestra	202
7.2 Diseño del Instrumento	208
7.2.1 Estudio Piloto	211
7.3.- Procedimiento	224
7.3.1 Plan de muestreo	224
7.3.2 Tamaño de la muestra	225

7.3.3 Procedimientos de selección de muestras y recopilación de datos.	226
7.4 Análisis de datos	228
CAPÍTULO VIII. RESULTADOS	243
8.1 Propiedades psicométricas de las escalas.	246
8.1.1 Escalas de impactos asociados a la percepciones sobre el turismo deportivo.	248
8.1.1.1 Análisis factorial exploratorio	251
8.1.1.2 Análisis factorial confirmatorio	255
8.1.2 Análisis Escala de apoyo al turismo deportivo	259
8.1.3 Análisis de escalas unidimensionales	260
8.2 Percepción global del impacto del Turismo Deportivo en Gran Canaria.	264
8.2.1 Impacto económico	264
8.2.2 Impacto cultural	265
8.2.3 Impacto político-administrativos	266
8.2.4 Impacto social	266
8.2.5 Impacto medioambiental	267
8.3 Apoyo hacia el turismo activo-deportivo	268
8.4 Participación de la comunidad en el ámbito turístico-deportivo.	269
8.5 Percepción de los residentes según diferentes datos sociodemográficos.	271
8.5.1 Percepción de los residentes en función de la edad	272
8.5.2 Percepción de los residentes en función del sexo	274
8.5.3 Percepción de los residentes en función de la práctica deportiva.	275
8.5.4 Percepción de los residentes en función del municipio de residencia.	276
8.5.5 Percepción de los residentes en función de la ocupación.	277

8.5.6 Percepción de los residentes en función del nivel de estudios	279
8.5.7 Percepción de los residentes en función de los ingresos anuales	280
8.5.8 Percepción de los residentes en función de la orientación política	282
8.5.9 Percepción de los residentes en función de la participación en actividades relacionadas con el turismo deportivo	283
8.5.10 Percepción de los residentes en función de su participación en los planes y el desarrollo relacionado con el turismo deportivo.	285
8.5.11 Percepción de los residentes en función de si ha trabajado o trabaja en relación con el turismo o los eventos.	286
8.5.12 Percepción de los residentes en función del trabajo de familiares cercanos en relación con el turismo o los eventos.	287
8.5.13 Percepción de los residentes en función del respaldo a la actual política turístico-deportiva en Gran Canaria.	289
8.6 Relación entre la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al turismo deportivo y predisposición a apoyar el desarrollo del sector en la comunidad	290
8.6.1 Regresión lineal múltiple	290
8.6.2 Modelo de ecuaciones estructurales	291
8.6.3 PLS-SEM	293
8.6.3.1 Evaluación del Modelo de Medición.	293
8.6.3.2 Evaluación del Modelo Estructural.	297
8.6.4 Análisis fsQCA	299
8.6.4.1 Disposición y condiciones causales para apoyar el desarrollo del turismo en la comunidad.	300
8.7 Efecto de variables mediadoras sobre las percepciones de los impactos percibidos con respecto al apoyo al desarrollo del turismo deportivo.	305

8.7.1 Efecto mediador de la calidad de vida sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	307
8.7.2 Efecto mediador de la imagen sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	309
8.7.3 Efecto mediador del apego sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	311
CAPÍTULO IX. DISCUSIÓN	313
9.1 Desarrollo y validación de las escalas de percepción de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo.	316
9.2 Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo activo-deportivo.	321
9.3 Relación entre el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva y la percepción de los residentes sobre los impactos asociados a la actividad.	335
9.4 El efecto mediador de las percepciones sobre calidad de vida, imagen y apego en la relación entre apoyo y las percepciones sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo.	349
9.5 Resumen de resultados, objetivos e hipótesis	357
9.6 Limitaciones y futuras líneas de investigación.	367
9.7 Aportación teórica en el ámbito de estudio.	372
9.8 Aplicaciones prácticas en el ámbito de la gestión	373
CHAPTER X. CONCLUSIONS	377
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	383
ANEXOS	461

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Niveles en el modelo relaciones gobierno-industria. ____	74
Tabla 2. Revisión bibliográfica sobre turismo deportivo ____	89
Tabla 3. Definiciones seleccionadas relacionadas con el turismo deportivo ____	96
Tabla 4. Clasificación del turismo deportivo según los objetivos del viaje. ____	103
Tabla 5. Impactos positivos y negativos económicos y turístico-comercial de los eventos deportivos. ____	105
Tabla 6. Diferencias entre mega eventos deportivos y competición regular. ____	109
Tabla 7. Variables extrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes ____	150
Tabla 8. Variables intrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes ____	151
Tabla 9. Autores más productivos (≥ 2 artículos), citas locales y globales y afiliación institucional ____	158
Tabla 10. Revistas, artículos publicados, citas locales y citas globales. ____	159
Tabla 11. País, artículos publicados, citas locales y citas globales. ____	160
Tabla 12. Institución, artículos publicados, citas locales y citas globales. ____	161
Tabla 13. Palabras Clave, artículos publicados, citas locales y citas globales. ____	162
Tabla 14. Comparativa entre datos sobre turistas convencionales y turistas deportivos en Gran Canaria. ____	185
Tabla 15. Población de los Municipios de Gran Canaria. ____	201
Tabla 16. Medias, desviaciones típicas, asimetría y curtosis de los impactos percibidos por la población residente. ____	213
Tabla 17. Estructura factorial rotada de la escala de impactos percibidos, comunalidades y alfa de Cronbach. ____	216

Tabla 18. Índices de bondad de ajuste de la escala de percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo. _____	218
Tabla 19. Fiabilidad de la escala asociadas a las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo. _____	219
Tabla 20. Correlaciones en la entre factores asociados a las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo. _____	220
Tabla 21. Propuesta de ítems relacionados con los impactos asociados al turismo activo-deportivo para medir las percepciones de los residentes de Gran Canaria. _____	221
Tabla 22. Cuestionarios completados correctamente _____	228
Tabla 23. Relación entre los objetivos del estudio, tipos de análisis realizado y software empleado _____	230
Tabla 24. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de percepciones de los residentes sobre los impactos asociados turismo activo-deportivo _____	249
Tabla 25. Estructura factorial rotada de la escala de impactos percibidos, comunilidades y alfa de Cronbach. _____	253
Tabla 26. Índices de bondad de ajuste de las escalas de percepciones de los residentes sobre los impactos (n=303). _____	256
Tabla 27. Cargas factoriales de la escalas, Alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE. _____	257
Tabla 28. Correlaciones en la entre escalas de Impactos _____	258
Tabla 29. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de percepciones de los residentes sobre apoyo al turismo deportivo _____	259
Tabla 30. Unidimensionalidad y varianza explicada para la escala de apoyo hacia el turismo deportivo por parte de los residentes de Gran Canaria. _____	260
Tabla 31. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de apercpciones de los residentes sobre apoyo al turismo deportivo. _____	262
Tabla 32. Percepción de los impactos económicos. _____	265
Tabla 33. Percepción de los impactos cultural _____	265
Tabla 34. Percepción de los impactos políticos-administrativos. _____	266

Tabla 35. Percepción de los costes sociales.	267
Tabla 36. Percepción de los costes medioambientales	267
Tabla 37. Percepción del apoyo a la celebración de eventos deportivos	268
Tabla 38. Participación en actividades relacionadas con el turismo deportivo	269
Tabla 39. Participación en los planes y desarrollo relacionados con el turismo deportivo	270
Tabla 40. Ha trabajado o su trabajo está relacionado con el turismo o con los eventos	270
Tabla 41. Familiares cercanos cuya profesión esté relacionada con el turismo o los eventos	271
Tabla 42. Esta a favor de la política turístico-deportiva de Gran Canaria	271
Tabla 43. Análisis de la percepción social en función de la edad	273
Tabla 44. Análisis de la percepción social en función del sexo.	274
Tabla 45. Análisis de la percepción social en función de la práctica deportiva	276
Tabla 46. Análisis de la percepción en función del municipio de residencia	277
Tabla 47. Análisis de la percepción social en función de la ocupación.	278
Tabla 48. Análisis de la percepción social en función del nivel de estudios	280
Tabla 49. Análisis de la percepción social en función de los ingresos anuales	281
Tabla 50. Análisis de la percepción social en función de la orientación político-ideológica	282
Tabla 51. Análisis de la percepción social en función de participar en actividades relacionadas con el turismo deportivo.	284
Tabla 52. Análisis de la percepción social en función en función de su participación en los planes y el desarrollo relacionado con el turismo deportivo.	285

Tabla 53. Análisis de la percepción de los residentes en función de si ha trabajado o trabaja en relación con el turismo o los eventos. __	287
Tabla 54. Análisis de la percepción social en función del trabajo de familiares cercanos en relación con el turismo o los eventos ____	288
Tabla 55. Análisis de la percepción social en función del respaldo a la actual política turístico-deportiva en Gran Canaria. _____	289
Tabla 56. Coeficientes del modelo. _____	290
Tabla 57. Coeficientes de regresión. _____	291
Tabla 58. Índices de bondad de ajuste del SEM sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo deportivo y el apoyo a su desarrollo en la comunidad. _____	292
Tabla 59 . Resultados del modelo de relaciones causales con los coeficientes estandarizados y los valores críticos. _____	293
Tabla 60. Constructos, indicadores, cargas factoriales, alfa de crobach, fiabilidad comupuesta y AVE _____	294
Tabla 61 - Correlaciones de las variables objeto de estudio ____	297
Tabla 62 - Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). _____	297
Tabla 63- Path coefficients (p_c) _____	297
Tabla 64. Comparativa de índices beta en las variables de impactos con respecto al apoyo según el técnica estadística utilizada. ____	298
Tabla 65 - Estadísticos descriptivos y valores de calibración. ____	300
Tabla 66. Análisis de necesidad para altos y bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo _____	301
Tabla 67. Solución intermedia del análisis de suficiencia niveles altos de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo. _____	302
Tabla 68. Solución intermedia del análisis de suficiencia bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo. _____	304
Tabla 69. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la calidad de vida. _____	308
Tabla. 70. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la imagen. _____	310

Índice

Tabla. 71. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la apego. _____ 312

Tabla 72. Resumen de resultados y relación con los objetivo e hipótesis de investigación. _____ 357

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Stakeholders del turismo _____	69
Figura 2. Circuito de interrelaciones entre residentes y turistas. ____	83
Figura 3. Tipos de turismo Activo-Deportivo. _____	100
Figura 4. Demanda turística de eventos deportivo _____	111
Figura 5. Representación de la Teoría del Intercambio Social. ____	120
Figura 6. Impactos económicos asociados al turismo activo-deportivo _____	127
Figura 7. Impactos sociales _____	132
Figura 8. Impactos medioambientales _____	135
Figura 9. Publicaciones según año. _____	159
Figura 10. Mapamundi de instituciones que han publicado trabajos en la WOS en el periodo 2005-2018. _____	161
Figura 11. Mapa de Co-palabras _____	163
Figura 12. Mapa de citación _____	163
Figura 13. Mapa de co-citacion _____	164
Figura 14. Mapa de redes de co-autorías _____	165
Figura 15. Estructura del empleo turístico en Canarias por ramas de actividad. _____	173
Figura 16. Términos municipales de Gran Canaria. _____	200
Figura 17. Distribución por grupos de edad. _____	202
Figura 18. Distribución de la muestra según sexo. _____	203
Figura 19. Distribución según práctica deportiva. _____	204
Figura 20. Distribución según nivel de estudio. _____	204
Figura 21. Distribución según ocupación. _____	205
Figura 22. Distribución según ingresos. _____	205
Figura 23. Distribución según estado civil. _____	206
Figura 24. Distribución según zona geográfica de residencia ____	207
Figura 25. Distribución según orientación ideológica. _____	207

Índice

Figura 26. Modelo de predicción de apoyo con el paquete estadístico EQS 6.2.	292
Figura 27. Modelo de predicción de apoyo con el paquete estadístico PLS.	298

RESUMEN

El turismo deportivo se ha convertido en uno de los campos de estudio más interesantes en los últimas décadas. España es uno de los países europeos que más turismo recibe al año, y cuya industria deportiva ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. Además, dentro de éste, la comunidad canaria destaca por ser una de las regiones más turísticas, recibiendo alrededor de 16 millones de turistas anualmente, destacando este sector económico como el de mayor importancia en esta región. Sin embargo, hasta el momento son escasos los estudios realizados sobre turismo deportivo en nuestro país que analizan las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo activo-deportivo y su nivel de apoyo hacia éste en España.

Es por dicho motivo, el interés de esta investigación se centra en analizar el fenómeno del turismo deportivo desde la perspectiva de los residentes de una de las regiones españolas que más turismo recibe a lo largo del año, siendo los objetivos generales que se pretenden alcanzar los siguientes: (1) conocer las percepciones de los residentes de Gran Canaria sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo, y, (2) valorar el grado de apoyo por parte de los residentes al desarrollo de esta actividad en la comunidad.

Para ello, se ha obtenido una muestra de 607 residentes en Gran Canaria mediante un muestreo estratificado proporcional por cuota de sexo. La población objeto de estudio ha sido de 727.124 residentes, por lo que el

tamaño final de la muestra determinó, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 3.90%.

Como instrumento de medida, se utilizó un cuestionario que consta de siete secciones: (1) percepciones de impactos positivos y negativos, (2) grado de apoyo a la actividad turístico-deportiva en la isla, (3) relaciones de los residentes en cuanto a su participación en la comunidad, (4) percepciones de los residentes frente a la imagen de Gran Canaria como destino turístico, (5) grado de apego de los residentes a la comunidad, (6) percepciones sobre la calidad de vida de los residentes y (7) características sociodemográficas de los residentes. Todas las escalas desarrolladas para la realización del estudio han presentado unos índices de validez y fiabilidad aceptables. Tras realizar la depuración de datos, los índices de bondad de ajuste determinaron que la escala final estuviera compuesta por un total de 15 ítems que miden las percepciones de los impactos asociados al turismo deportivo. Estos impactos se denominaron: impactos económicos, impactos sociales, impactos culturales, impactos medioambientales e impactos políticos-administrativos.

Para realizar los análisis estadísticos de esta investigación, se han utilizado diferentes paquetes estadísticos. Por una parte, para todo lo referente a los estadísticos descriptivos y el análisis de regresión lineal múltiple se utilizó el paquete estadístico SPSS 24. Por otra parte, para realizar el análisis factorial exploratorio, se ha utilizado el programa FACTOR Analysis. También se utilizó el programa EQS 6.2 para realizar el análisis factorial confirmatorio. Por su parte, para el cálculo

de los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado los programas EQS 6.2 así como el paquete estadístico SmartPLS 3.0. Además, con la finalidad de complementar los resultados obtenidos de los análisis de regresión lineal múltiple y de ecuaciones estructurales, se ha utilizado la metodología denominada *Qualitative Comparative Analysis* a través del programa fsQCA. Finalmente, se empleó la macro PROCESS, insertada en SPSS 24, para observar la mediación entre las variables apego, imagen de la localidad o la calidad de vida de los residentes.

Los resultados de la investigación muestran que los residentes de Gran Canaria tienen una percepción positiva de los impactos asociados al turismo activo-deportivo, con una tendencia a enfatizar los beneficios y minimizar los costes asociados a la actividad. Por lo que respecta a los resultados, atendiendo a las características sociodemográficas, existen diferencias estadísticamente significativas en función de la edad, el sexo, la práctica deportiva, el nivel de estudios, la ocupación, el nivel de ingresos y la orientación política de los residentes en Gran Canaria. La relación entre los impactos percibidos por los residentes y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo resulta significativa en todas las dimensiones exceptuando los impactos sociales, mostrando valores similares con cada una de las técnicas de análisis utilizadas.

En relación a los resultados con fsQCA, ninguna de las variables resultó ser necesaria ni para altos ni para bajos niveles de apoyo hacia el turismo activo-deportivo. Respecto al análisis de suficiencia, para altos niveles de apoyo hacia el turismo activo-deportivo se obtuvieron cinco

configuraciones que fueron capaces del explicar el 77% de los casos, siendo la combinación de altos niveles de impactos culturales y altos niveles impactos político-administrativos, la más explicativa. En el caso de bajos niveles de apoyo hacia el turismo activo-deportivo se obtuvieron seis configuraciones que fueron capaces del explicar el 76% de los casos, siendo por contra la combinación bajos niveles de impactos culturales y bajos niveles impactos político-administrativos, la que más explicativa en este caso.

Por lo que respecta a los análisis de mediación, la variable calidad de vida y apego a la comunidad, resultaron tener un efecto mediador en la relación entre los impactos asociados a las percepciones de los residentes y el apoyo al desarrollo del turismo activo deportivo. En el caso del efecto mediador de la variable imagen de la localidad, al igual que con las variables anteriormente citadas, existe dicha mediación en todos los impactos asociados a las percepciones de los residentes, exceptuando los impactos medioambientales.

Por consiguiente, los resultados obtenidos de esta investigación evidencian la multidimensionalidad de los impactos percibidos por los residentes, y la influencia de éstos en el apoyo hacia el turismo activo-deportivo. Además, aportan información importante para las instituciones encargadas de la administración y gestión del sector turístico deportivo.

RESUM

El turisme esportiu s'ha convertit en un dels camps d'estudi més interessants en els últimes dècades. Espanya és un dels països europeus que més turisme rep a l'any, i la indústria esportiva del qual ha experimentat un major creixement en els últims anys. A més, dins d'este, la comunitat canària destaca per ser una de les regions més turístiques, rebent al voltant de 16 milions de turistes anualment, destacant este sector econòmic com el de major importància en esta regió. No obstant això, fins al moment són escassos els estudis realitzats sobre turisme esportiu al nostre país que analitzen les percepcions dels residents sobre els impactes del turisme actiu-esportiu i el seu nivell de suport cap este a Espanya.

És pel dit motiu, l'interés d'esta investigació se centra a analitzar el fenomen del turisme esportiu des de la perspectiva dels residents d'una de les regions espanyoles que més turisme rep al llarg de l'any, sent els objectius generals que es pretenen aconseguir els següents: (1) conèixer les percepcions dels residents de Gran Canària sobre els impactes associats al turisme actiu-esportiu, i, (2) valorar el grau de suport per part dels residents al desenrotllament d'esta activitat en la comunitat"

Per a això, s'ha obtingut una mostra de 607 residents en Gran Canària per mitjà d'un mostratge estratificat proporcional per quota de sexe. La població objecte d'estudi ha sigut de 727.124 residents, per la qual cosa la grandària final de la mostra va determinar, amb un nivell de confiança del 95%, un marge d'error del 3.90%.

Com a instrument de mesura, es va utilitzar un qüestionari que consta de set seccions: (1) percepcions d'impactes positius i negatius, (2) grau de suport a l'activitat turística-esportiva en l'illa, (3) relacions dels residents quant a la seua participació en la comunitat, (4) percepcions dels residents enfront de la imatge de Gran Canària com a destinació turística, (5) grau d'afecció dels residents a la comunitat, (6) percepcions sobre la qualitat de vida dels residents i (7) característiques sociodemogràfiques dels residents. Totes les escales desenrotllades per a la realització de l'estudi han presentat uns índexs de validesa i fiabilitat acceptables. Després de realitzar la depuració de dades, els índexs de bondat d'ajust van determinar que l'escala final estiguera composta per un total de 15 ítems que mesuren les percepcions dels impactes associats al turisme esportiu. Estos impactes es van denominar: impactes econòmics, impactes socials, impactes culturals, impactes mediambientals i impactes polítics-administratius

Per a realitzar les anàlisis estadístiques d'esta investigació, s'han utilitzat diferents paquets estadístics. D'una banda, per a tot el referent a l'estadística descriptiva i l'anàlisi de regressió lineal múltiple es va utilitzar el paquet estadístic SPSS 24. D'altra banda, per a realitzar l'anàlisi factorial explorador, s'ha utilitzat el programa FACTOR Analysis. També es va utilitzar el programa EQS 6.2 per a realitzar l'anàlisi factorial confirmatori. Per la seua banda, per al càlcul dels models d'equacions estructurals s'han utilitzat els programes EQS 6.2 així com el paquet estadístic SmartPLS 3.0. A més, amb la finalitat de complementar els resultats obtinguts de les anàlisis de regressió lineal

múltiple i d'equacions estructurals, s'ha utilitzat la metodologia denominada Qualitative Comparative Analysis a través del programa fsQCA. Finalment, es va emprar la macro PROCESS, inserida en SPSS 24, per a observar la mediació entre les variables afecció, imatge de la localitat o la qualitat de vida dels residents."

Els resultats de la investigació mostren que els residents de Gran Canària tenen una percepció positiva dels impactes associats al turisme actiu- esportiu, amb una tendència a emfatitzar els beneficis i minimitzar els costos associats a l'activitat. Pel que fa als resultats, atenent a les característiques sociodemogràfiques, hi ha diferències estadísticament significatives en funció de l'edat, el sexe, la pràctica esportiva, el nivell d'estudis, l'ocupació, el nivell d'ingressos i l'orientació política dels residents en Gran Canària. La relació entre els impactes percebuts pels residents i el suport al desenrotllament del turisme actiu-esportiu resulta significativa en totes les dimensions exceptuant els impactes socials, mostrant valors semblants amb cada una de les tècniques d'anàlisi utilitzades.

En relació als resultats amb fsQCA, cap de les variables va resultar ser necessària ni per a alts ni per a baixos nivells de suport cap al turisme actiu- esportiu. Respecte a l'anàlisi de suficiència, per a alts nivells de suport cap al turisme actiu-esportiu es van obtindre cinc configuracions que van ser capaços de l'explicar el 77% dels casos, sent la combinació d'alts nivells d'impactes culturals i alts nivells impactes politicoadministratius, la més explicativa. En el cas de baixos nivells de suport cap al turisme actiu-esportiu es van obtindre sis configuracions

que van ser capaços de l'explicar el 76% dels casos, sent per contra la combinació baixos nivells d'impactes culturals i baixos nivells impactes politicoadministratius, la que més explicativa en este cas.

Pel que fa a les anàlisis de mediació, la variable qualitat de vida i afecció a la comunitat, van resultar tindre un efecte mediador en la relació entre els impactes associats a les percepcions dels residents i el suport al desenrotllament del turisme actiu esportiu. En el cas de l'efecte mediador de la variable imatge de la localitat, igual que amb les variables anteriorment citades, hi ha la dita mediació en tots els impactes associats a les percepcions dels residents, exceptuant els impactes mediambientals.

Per consegüent, els resultats obtinguts d'esta investigació evidencien la multidimensionalidad dels impactes percebuts pels residents, i la influència d'estos en el suport cap al turisme actiu-esportiu. A més, aporten informació important per a les institucions encarregades de l'administració i gestió del sector turístic esportiu.

ABSTRACT

Sports tourism has become one of the most interesting fields of study in recent decades. Spain is one of the European countries that receives more tourism per year, and whose sports industry has experienced greater growth in recent years. In addition, within this, the Canarian community stands out for being one of the most touristic regions, receiving around 16 million tourists annually, highlighting this economic sector as the most important in this region. However, so far few studies have been carried out on sports tourism in our country that analyse residents' perceptions of the impacts of active sports tourism and their level of support for it in Spain.

For this reason, the interest of this research focuses on analysing the phenomenon of sports tourism from the perspective of the residents of one of the Spanish regions that receives the most tourism throughout the year, the general objectives being the following: (1) to know the perceptions of the residents of Gran Canaria on the impacts associated with active sports tourism, and (2) to assess the degree of support by the residents for the development of this activity in the community.

To this purpose, a sample of 607 residents of Gran Canaria was obtained using a stratified sample proportional by gender quota. The target population was 727,124 residents, so the final sample size determined, with a 95% confidence level, a margin of error of 3.90%.

As a measuring instrument, a questionnaire consisting of seven sections was used: (1) perceptions of positive and negative impacts, (2) degree

of support for tourist and sports activities on the island, (3) relations of residents regarding their participation in the community, (4) perceptions of residents regarding the image of Gran Canaria as a tourist destination, (5) degree of attachment of residents to the community, (6) perceptions of residents' quality of life and (7) socio-demographic characteristics of residents. All the scales developed for carrying out the study have presented acceptable indices of validity and reliability. After filtering the data, the indexes of goodness of adjustment determined that the final scale was made up of a total of 15 items that measure the perceptions of the impacts associated with sports tourism. These impacts were called: economic impacts, social impacts, cultural impacts, environmental impacts and political-administrative impacts.

For the statistical analyses of this research, different statistical packages have been used. On the one hand, for everything related to descriptive statistics and multiple linear regression analysis, the statistical package SPSS 24 was used. On the other hand, for the exploratory factorial analysis, the program FACTOR Analysis was used. The program EQS 6.2 was also used to perform the confirmatory factorial analysis. For the calculation of structural equation models, the EQS 6.2 programs have been used, as well as the statistical package SmartPLS 3.0. In addition, in order to complement the results obtained from multiple linear regression analysis and structural equations, the methodology called Qualitative Comparative Analysis has been used through the fsQCA program. Finally, the PROCESS macro, inserted in SPSS 24, was used

to observe the mediation between the variables attachment, image of the locality or the quality of life of the residents.

The research results show that the residents of Gran Canaria have a positive perception of the impacts associated with active sports tourism, with a tendency to emphasise the benefits and minimise the costs associated with the activity. With regard to the results, based on socio-demographic characteristics, there are statistically significant differences depending on the age, gender, sports practice, educational level, occupation, income level and political orientation of the residents of Gran Canaria. The relationship between the impacts perceived by residents and support for the development of active sports tourism is significant in all dimensions except for social impacts, showing similar values with each of the analysis techniques used.

In relation to the results with fsQCA, none of the variables turned out to be necessary for either high or low levels of support for active sports tourism. Regarding the sufficiency analysis, for high levels of support for active sports tourism, five configurations were obtained that were capable of explaining 77% of the cases, being the combination of high levels of cultural impacts and high levels of political-administrative impacts the most explanatory. In the case of low levels of support for active sports tourism, six configurations were obtained that were capable of explaining 76% of the cases, while the combination of low levels of cultural impacts and low levels of political-administrative impacts was the most explanatory in this case.

With regard to the mediation analyses, the variable quality of life and attachment to the community were found to have a mediating effect on the relationship between the impacts associated with residents' perceptions and support for the development of active sports tourism. In the case of the mediating effect of the image variable of the locality, as with the aforementioned variables, this mediation exists in all the impacts associated with residents' perceptions, with the exception of environmental impacts.

Consequently, the results obtained from this research show the multidimensional nature of the impacts perceived by residents, and their influence on the support for active sports tourism. In addition, they provide important information for the institutions in charge of the administration and management of the sports tourism sector.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La promoción y desarrollo del turismo se percibe generalmente como una ingente fuente de ingresos, nuevos empleos, así como de cambios y mejoras en las infraestructuras comunitarias, lo que a su vez atraerá a otros tipos de industrias, y por consiguiente, condicionando su desarrollo, se antoja que la actividad turística tiene un efecto global en las poblaciones de acogida (Kim, Uysal & Sirgy, 2013). En el contexto nacional, el turismo representa un 11,2% del PIB, lo que coloca a España como uno de los referentes vacacionales a nivel mundial. Asimismo, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2017 la cifra de viajeros que visitaron nuestro país para pasar sus vacaciones se elevó a los 81,8 millones, lo que generó unos ingresos estimados de 86.823 millones de euros.

La actividad turística no ha quedado al margen en su relación con el deporte, siendo este último uno de los ámbitos de mayor crecimiento turístico en la actualidad. El turismo deportivo supone una parte importante de los ingresos en este sector a nivel global. El interés por el campo de la actividad física y el deporte ha aumentado en los últimos años, surgiendo fruto de ello, nuevos tipos de actividades físico-deportivas, las cuales se han integrado dentro de las ya tradicionales, lo que presenta un escenario extenso, del cual el sector turístico ha aprovechado para agregar este tipo de actividades como propias del sector.

En el ámbito turístico deportivo, la innovación siempre ha estado presente, involucrándose en multitud de ámbitos diferentes, complementándose e incluso siendo parte fundamental de los mismos. De esta manera, existe un flujo de visitantes que viajan a nuestro país con la intención de alejarse del modelo tradicional de turismo de sol y playa, planificando sus vacaciones con fines deportivos. En el año 2016, visitaron España un total de 10,1 millones de turistas por motivos meramente deportivos, lo que generó unos ingresos de alrededor de 11.901 millones de euros (EGATUR, 2017).

Por lo que respecta a la Comunidad Canaria, el turismo representa una parte importante en la economía del archipiélago. Según los datos publicados por FRONTUR (2017), el número total de visitantes a la Comunidad Canaria en el año 2017 ha sido de 15.975.507 turistas, lo que conlleva que el sector turístico represente un 35,2% del PIB en la comunidad (IMPACTUR, 2017). Asimismo, según los datos reflejado en el estudio de impacto turístico (IMPACTUR), los turistas que visitan Canarias que realizan alguna práctica deportiva ascienden a 974.505 visitantes, lo que equivale 6,1% del total de turistas que visitan el archipiélago. Concretamente, la isla de Gran Canaria acoge a un total de 4.477.929 turistas anualmente (2017), de los cuales 246.286 turistas, un 5,5%, indican practicar algunas de las actividades activo-deportivas que oferta la isla. Esta oferta incluye actividades como el turismo de naturaleza (senderismo, cicloturismo...), el turismo de actividades acuáticas, el turismo de eventos deportivos o el turismo de golf.

Ante la complejidad que presenta este sector debido al amplio número de agentes implicados, el turismo de masas ha sido motivo de preocupación con respecto al posible crecimiento y sostenibilidad de estos destinos (Pastras & Bramwell 2013). De esta manera se hace indispensable que, para una correcta planificación y gestión de la actividad, los organismos encargados de esta labor sean conscientes de los efectos que pueden sobrellevar los agentes implicados (stakeholders), representando los residentes en la comunidad uno de los grupos más representativos.

Diferentes estudios destacan que, en general, los residentes locales manifiestan actitudes favorables hacia el turismo (Almeida-García, Balbuena-Vázquez & Cortés-Macías, 2015; Simpson & Bretherton, 2009; Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & Plaza-Mejía, 2011). Aun así, se necesita de una comprensión más profunda desde el punto de vista del residente, echo que permitirá a los gobiernos implicados planificar con más cuidado para el futuro del turismo.

La información sobre las percepciones de los residentes, así como las evaluaciones sobre el impacto de la actividad turística y su apoyo al desarrollo de turismo, pueden ser de gran utilidad a la hora de formular planes y políticas al respecto, no sólo para obtener el apoyo de los residentes hacia el turismo, sino también para implementar un desarrollo sostenible del sector (Byrd, Bosley & Dronberger, 2009). Sin embargo, dentro del campo del turismo, son escasos los estudios realizados sobre las percepciones del turismo deportivo por parte de los residentes (Fredline, 2005; Hritz & Ross, 2010; Kim, Jun, Walker &

Drane, 2015), siendo por tanto una de las pretensiones de este estudio contribuir al aumento de la literatura, y los estudios sobre el turismo deportivo.

Este trabajo continua la línea de investigación desarrollada por el grupo de gestión y organización del deporte del Departamento de Educación Física y Deportiva de la Universidad de Valencia, la cual, analiza el impacto social de diferentes acontecimientos deportivos. Bajo esta línea de investigación, se han desarrollado tres tesis doctorales (Duclos, 2012; Aguado, 2015; Parra, 2017), así como diversos estudios sobre el impacto social de algunos eventos deportivos desarrollados en la ciudad de Valencia en los últimos años (Añó, Duclos & Pablos, 2010; Añó, Calabuig & Parra, 2012; Calabuig, Parra, Añó & Ayora, 2014; Núñez, Calabuig, Añó & Parra, 2014; Parra, Aguado & Núñez, 2015; Parra, Añó, Ayora & Núñez, 2012; Parra, Añó, Calabuig & Ayora, 2016; Parra, Calabuig, Añó, Ayora & Núñez, 2014; Parra & Duclos, 2013; Parra, González-García, Añó & Ayora, 2016). Estos han analizado el impacto y legado de Grandes eventos deportivos como el Gran Premio de Europa de Fórmula 1 o la Copa América de Vela, así como de eventos de menor magnitud como el Valencia Triatlón, el Valencia Boat Show o el Open 500 de tenis.

Asimismo, el grupo de investigación ha colaborado en la publicación de estudios sobre el impacto social de los eventos deportivos a nivel nacional e internacional, en eventos como la Barcelona Word Race (Parra, Elasri, Triadó & Aparicio, 2016), los Juegos Mediterráneos de Tarragona (Añó, Calabuig, Ayora, Parra & Duclos, 2013) el

Mundobasket celebrado en España (González-García, Parra, Añó & Calabuig, 2016).

Por todo ello, el objetivo del presente trabajo es conocer las percepciones de los residentes desde enfoque diferente, alejándolo de los eventos deportivos, y apreciar como estos perciben un sector como el turístico, con gran peso económico en la zona, concretando en las actividades denominadas activo-deportivas, que se desarrollan dentro del sector.

El trabajo está estructurado en diez capítulos, de los cuales, los cinco primeros corresponden a la fundamentación teórica, mientras que los siguientes cinco hacen referencia a la fundamentación empírica. El primer capítulo realizará una aproximación conceptual sobre los aspectos relacionados a la temática del trabajo, incidiendo en la definición de ocio, turismo y percepciones, así como una breve aproximación historia del turismo y la relación que estos tienen con diferentes agentes relacionados, como son los stakeholders, las instituciones, el turista y la interacción entre turista y residente.

El segundo capítulo versará sobre aspectos relacionados con el turismo deportivo la relación entre turismo y deporte y las diferentes existente entre distintas tipologías del turismo activo-deportivo. Asimismo, se profundiza en la relación entre eventos deportivos y el turismo, incidiendo en sus particularidades y como este tipo de acontecimientos se ha desmarcado como ámbito turístico.

El tercer capítulo girará en torno a la fundamentación científica del trabajo, donde se explicará las diferentes teorías que explican el

fenómeno turístico, incidiendo en aquellas que se centran en el efecto que los impactos asociados a la actividad turística tienen sobre las percepciones de los residentes. En esa misma línea, se incidirá en los modelos más utilizados en ese campo, como son el modelo Irridex, la teoría del ciclo de vida del turismo y finalmente la teoría del intercambio social. Seguidamente, se incidirá en los tipos de impactos asociados a la actividad turística, así el efecto de las diferentes variables usadas en el estudio, como la calidad de vida de los residentes, la imagen y apego de la comunidad o el apoyo al desarrollo de la actividad turística en la comunidad.

El cuarto capítulo se centrará en las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo. De esta manera, se profundiza en la percepción de los residentes sobre los impactos de la actividad turístico activo-deportiva mediante un análisis bibliométrico que comprobará diferentes aspectos sobre esta temática en la base de datos WOS (Web of Science). En el quinto capítulo se realiza una aproximación al efecto del turismo en entornos isleños, incidiendo en la importancia del turismo en el contexto de la comunidad autónoma, y de Gran Canaria en particular, incidiendo en datos sobre la incidencia del turismo deportivo en la isla.

El sexto capítulo se describe los objetivos, tanto generales como específicos, así como las diferentes hipótesis sobre las que se desarrollará el trabajo. El capítulo siete refiere a la metodología utilizada para el desarrollo del trabajo. En este capítulo se realiza una descripción de la muestra, del diseño del instrumento utilizado para

realzar el estudio además de detallar el estudio piloto realizado previo a la validación de la escala. Seguidamente, se describe el procedimiento y los análisis de datos utilizados durante todo el trabajo.

El capítulo ocho detallará los resultados encontrados en el estudio, analizando las propiedades psicométricas de las escalas, tanto de impactos asociados la actividad turístico activo-deportiva, como el apoyo hacia el desarrollo del turismo por parte de los residentes y las escalas unidimensionales referidas a la imagen, apego y calidad de vida de los residentes en la comunidad. Seguidamente, se describen las valoraciones de los residentes sobre los impactos asociados a la actividad, el apoyo, la participación de los residentes en el ámbito turístico activo-deportivo y una descripción sobre las valoraciones de los residentes según diferentes aspectos sociodemográficos. A continuación, se analiza el modelo conceptual que estudia la relación entre los impactos percibidos y el apoyo a las actividades turísticas. Para realizar este análisis, se han utilizados cuatro métodos diferenciados, de la que se extrae una comparación de los resultados obtenidos según las diferentes metodologías utilizadas. Para terminar, en este capítulo se mide el efecto mediador de las variables imagen, apego y calidad de vida de los residentes sobre la relación entre las percepciones de los impactos asociados al turismo activo-deportivo y el apoyo al desarrollo de esta actividad en la comunidad.

El capítulo nueve se centra en la discusión de los resultados obtenidos, presentando además un cuadro resumen que permite clarificar los resultados obtenidos a razón de los objetivos e hipótesis planteadas en

el estudio. También, se presentan las limitaciones de este trabajo, así como unas consideraciones futuras en el ámbito investigador, continuando con la descripción de una serie de aplicaciones prácticas en el ámbito de la gestión, que permiten clarificar la operatividad por la cual se realizan este tipo de trabajos académicos. Finalmente, se detallan las conclusiones obtenidas tras la elaboración del estudio, así como las referencias bibliográficas y anexos utilizados.

**CAPÍTULO I. EL FENÓMENO
DEL TURISMO: UNA
APROXIMACIÓN AL
CONCEPTO.**

1. El fenómeno del turismo: una aproximación al concepto.

En este primer capítulo, se realizará una aproximación conceptual, que servirá como punto de partida para una mejor comprensión del trabajo elaborado. Esta se centrará en conceptos generales que se engloban en la temática presentada, concretamente en el ámbito del turístico. Por lo tanto, es de especial importancia conocer esta terminología.

1.1 Conceptos

Se debe enfatizar, desde el comienzo de la lectura, en una serie de términos que estarán implícitos durante la justificación teórica de este trabajo. Términos como ocio, turismo o percepciones deben ser descritos previamente, por lo que se realizará una aproximación conceptual en estos términos.

1.1.1 Ocio

El concepto de ocio ha sido estudiado en multitud de ocasiones. La variedad de estudios que han analizado todos los aspectos relacionados con el ocio, identifican éste como uno de los conceptos más importantes en futuras décadas.

La Real Academia Española de la Lengua (RAE), describe el término ocio como:

1. Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad.
2. Tiempo libre de una persona.
3. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso u otros tareas.
4. Obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libre sus principales ocupaciones.

De esta manera, podemos comenzar por el sociólogo francés Dumazedier que ya en 1964 diferenciaba tres formas básicas de empleo de ocio, distinguiéndolas en función de la utilidad: descansar, divertirse y desarrollar la personalidad. Como apuntan Álvaro, Garrido y Torregrosa (1996, p. 432), son “las tres funciones que se desempeña en el sistema social”. El descanso recupera de la fatiga e incluye el aburrimiento, el tedio...; en la diversión entra el juego como distracción, evasión...; y en el desarrollo personal y social, la necesidad de formación.

En la actualidad, las actividades de ocio son muy importante para la sociedad. En general, el tiempo libre de las personas ha aumentado debido a la reducción de las jornadas laborales, por lo que las personas se ven en la necesidad de ocupar este tiempo libre con la realización de otro tipo de actividades. Estas poseen, cada vez más, una importancia vital para la persona.

Las personas estructuran su vida alrededor de diferentes actividades, unas relacionadas a la actividad laboral, las cuales, históricamente, han

centrado las vidas de éstas , y otras actividades de tiempo libre, que en los últimas décadas han ido aumentando exponencialmente de importancia en diferentes aspectos como las relaciones sociales, la cultura, y otras .

Norbert y Dunning (1992), describen una tipología sobre el tiempo libre de las personas, clasificándolas en:

- 1) Rutinas de tiempo libre.
 - a) Satisfacción rutinaria sobre las necesidades biológicas y el cuidado del cuerpo. Ej. Comer y beber
 - b) Rutinas de la casa y la familia. Ej. Limpieza y orden de la casa.
- 2) Actividades intermedias de tiempo libre dirigidas a satisfacer necesidades.
 - a) Trabajo voluntario privado. Ej. Colaborar con ONG
 - b) Trabajo personal de naturaleza seria. Ej. Realizar cursos de formación.
 - c) Trabajo personal de naturaleza ligera. Ej. Coleccionar sellos.
 - d) Actividades Religiosas.
 - e) Actividades de naturaleza voluntaria. Ej. Leer periódicos o revistas.
- 3) Actividades recreativas.
 - a) Actividades sociales. Ej. Asistir como invitados a a reuniones formales (bodas, funerales...) o informales (fiestas...).

- b) Actividades de entretenimiento. Ej. Asistir al teatro, ver un partido de baloncesto, o practicar senderismo.
- 4) Actividades recreativas desrutinizadoras y multifuncionales. Ej. Viajar.

1.1.2 Turismo

Se conoce el turismo como un término genérico en la sociedad actual, desenvolviéndose con total naturalidad en el quehacer social. Para definir el término turismo, se debe atender, en primer lugar a un criterio estrictamente etimológico. La palabra "turista" deviene del vocablo inglés "tourist", y a su vez, esta palabra deriva del francés "tour", cuyo significado es "vuelta". Bajo este criterio, el turista es, por tanto, un individuo que lleva a cabo una *vuelta*, un desplazamiento circular (ida y vuelta).

Atendiendo a una aproximación semántica, la Real Academia Española de la Lengua (RAE), con la intención de clarificar el término, define el "turismo" como:

- Actividad o hecho de viajar por placer.
- Conjunto de los medios conducentes a facilitar los viajes de turismo.
- Conjunto de personas que realiza este tipo de viaje.

Por otro lado, el Departamento de Estadística de Naciones Unidas aprobó un informe de la Organización Mundial del Turismo (1995, p. 5), el cual define el turismo como: "las actividades que realizan las

personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo, inferior a un año, por motivos de ocio, por negocios y por otros motivos”. De la misma manera, se apunta el destino turístico como: “aquel lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir producto turístico”.

Este mismo organismo señala también que: "en el conjunto de actividades características del turismo, ninguna conforma una rama de actividad única", por lo tanto se entiende por "turismo", no sólo el conjunto de actividades que realizan los turistas, sino también el conjunto de actividades empresariales relacionadas con las actividades realizadas por turistas.

En esta línea, diferentes autores han intentado clarificar el término, determinando su visión particular. Según Fletcher (1989):

El turismo es la actividad más importante del sector servicios de todo el mundo y para muchos países es de creciente importancia a nivel económico puesto que representa una fuente de ingresos de moneda extranjera y de ganancias y de trabajo. (p. 146)

En otra definición, Fabbri (1990, p. 13) señala que “el turismo era, y en esencia todavía es, un viaje recreativo”. En otra línea, e intentando clarificar el concepto “turista”, Francesch (2004, p.7), siguiendo el modelo propuesto en su investigación, lo define como: “Individuo que adquiere en el mercado un plan de desplazamiento circular de ida y

vuelta, siendo el turismo el producto consistente en ese programa”, por lo que el autor indica que el sector turístico puede clarificarse como el conjunto de unidades productivas que elaboran programas de ocio.

Como se ha señalado, este producto cuenta con características propias y, a su vez, éstas dotan a la actividad turística de pautas conductuales concretas. (Francesch, 2004).

Para definir el término, se debe tener en cuenta la diferencia que existe entre el concepto “turista” y “excursionista”. Concreta la bibliografía (Phillips & Roberts, 2013; Hardy, Beeton & Pearson, 2002; Mowforth & Munt, 2015) que la diferencia entre uno y otro reside en la existencia o no de pernoctación fuera del núcleo de residencia habitual. Si esta pernoctación existiera, se trata de un turista, en caso contrario, se hablaría de excursionista. (Upchurch & Teivane, 2000).

No cabe duda en que el turismo juega una función importante en el desarrollo económico y tecnológico de los países, puesto que estimula el desarrollo de infraestructuras básicas (aeropuertos, puertos, carreteras, red eléctrica...), contribuyendo al crecimiento industrial local con el suministro que permite abastecer a la industria turística (transportes, agricultura, procesamientos alimentarios, construcción...), atrayendo inversiones extranjeras (especialmente en materia hotelera), y facilitando transferencia de tecnología (Upchurch & Teivane, 2000).

En resumen, se puede definir al turismo como el movimiento de personas hacia destinos fuera del lugar habitual de residencia, las

actividades realizadas durante la estancia en esos destinos y los servicios creados para atender a sus necesidades (Latiesa, García-Ferrando & Álvarez-Sousa, 2009).

1.1.3 Percepciones

Para definir el concepto de percepción social hay que abordar los planteados en el campo de la psicología social. Esta ciencia los describe como el proceso de captura de estímulos ambientales, a través del cual se forman o modifican las impresiones, todos ellos influenciados por la experiencia y el comportamiento en un momento particular.

Tradicionalmente, Vargas-Melgarejo (1994) indica que la percepción se ha definido como el proceso cognitivo de la conciencia, que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del entorno físico y social, en el que también están implicados otros procesos psíquicos, entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

Ésta, aunque pueda ser la misma para todas las personas, cada individuo la percibirá de manera distinta, por lo que concebir la percepción se produce como resultado de dos tipos de componentes diferenciados:

- 1- Las sensaciones o en estímulo físico acaecido desde el medio externo a través de los sentidos.

- 2- Los componentes internos de cada individuo, como las motivaciones y la experiencia previa, que proporciona una confección psicológica distinta en cada estímulo externo.

De esta manera, señala Vargas-Melgarejo (1994):

La percepción obtenida por un individuo depende del ordenamiento, clasificación y elaboración de condiciones con las que se comparan los estímulos recibidos por el individuo, ya que conforman las referencias perceptivas a través de las cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales, transformándolas en acontecimientos reconocibles y comprensibles dentro de la concepción colectiva de la realidad (p. 47).

Diversos autores (Boone & Kurtz, 2012; Wood, 2011) han ahondado en el proceso de percepción y han llegado a la conclusión que se desarrolla en tres fases diferenciadas:

- 1- Selección: Un sujeto percibe los estímulos que recibe a razón de sus características personales.
- 2- Organización: Los estímulos seleccionados se organizan y clasifican en la mente del sujeto, configurando un mensaje
- 3- Interpretación de la información recibida: Proceso de dar significado a los estímulos obtenidos sensorialmente.

Por otra parte, los investigadores identifican el reconocimiento de las experiencias cotidianas como uno de los elementos importantes que

definen la percepción. Este reconocimiento es importante porque nos permite evocar hábitos y conocimientos previamente adquiridos con los que se comparan nuevas experiencias, permitiéndonos identificarlos y aprenderlos para interactuar con el entorno.

Las percepciones deben ser concebidas como relativas a la situación histórico-social, ya que éstas son espaciales y temporales, dependiendo de las circunstancias cambiantes y de la adquisición de nuevas experiencias que añaden otros elementos a las estructuras perceptivas anteriores, modificándolas y adaptándolas a las condiciones (Vargas-Melgarejo, 1994).

En relación con el deporte, la percepción de los residentes se refiere a la forma en que los ciudadanos directamente afectados interpretan los estímulos generados antes, durante y después de la realización de cualquier actividad deportiva, ya sea puntual, periódica o permanente. Las percepciones son influenciadas por los procesos de socialización, incluyendo el origen cultural de la población, además de procesos intrínsecos propios del individuo (Ramírez, Vinaccia & Suárez, 2004).

1.2 El Turismo como Fenómeno Global

Habitualmente, los estudios que han argumentado postulaciones sobre esta temática, han establecido este fenómeno como un suceso que siempre ha existido en la historia de la humanidad, y por lo tanto, puede afirmarse que durante todas las épocas han existido viajes y viajeros (Albuquerque-García, 2011).

Los comienzos del turismo se remontan a aquellas ocupaciones que están fuera del entorno laboral, desencadenando en un concepto conocido como ocio, que no es otro que la ocupación del tiempo libre. Este tiempo libre, ha ido ocupándose mediante expresiones que se han transformado en multitud de actividades diferentes, interactuando a lo largo de los diferentes periodos de la historia.

Munné (1980), destaca cinco maneras diferentes de entender el ocio, realizando a su vez, una aproximación histórica sobre la evolución que ha tenido este término.

En primer lugar, destaca el autor a la “Skholé” griega, la cual representa el ocio como una actividad contemplativa, como forma de dedicación hacia el saber y el enriquecimiento del espíritu. La consideración de valores como la belleza, la verdad, la bondad, todo ello, orientado hacia una contemplación dedicada a la teoría. Esta actividad únicamente podía llevarse a cabo por los hombres considerados “libres”, por lo que las labores propias de la sociedad eran desarrolladas únicamente por los “esclavos”, los cuales no tenían acceso al tiempo libre. Como consecuencia, algunos de los hombres libres efectuaban viajes a través del mar Mediterráneo por motivos diversos.

De manera similar, durante la edad media se siguió tomando la denominada actividad contemplativa, instaurada en monasterios principalmente, donde se encontró una extrapolación hacia la utilización del tiempo para realizar trabajos laborales en las horas libres de meditación. Se puede relacionar a este tipo de tiempo libre al

desarrollada en las sociedades orientales, inclinándose ésta a la contemplación de la naturaleza o la meditación.

Asimismo, el autor destaca como en el periodo de la antigua Roma el “Otium”. En este se introduce el ocio como disfrute para las masas, organizado por el Estado. Este periodo se destaca como esencial para tiempo de descanso y recreación para el cuerpo, y para desempeñar las labores propias de la sociedad. En esta perspectiva, los viajes se desarrollaban por motivos educativos o de visita residencial. Turner y Ash (1991) apuntan que existía un éxodo de viajeros, entre los habitantes de la capital hacia zonas más rurales.

Durante el periodo medieval, el ocio posee un ideal caballeresco. Este conserva un concepto similar al Otium romano, donde el ocio viene unido a actividades de exhibición y diversión. Estas actividades son consideradas como honrosas y demuestran prestigio social. Durante el Renacimiento, el concepto de ocio es semejante al periodo medieval, orientado hacia los señores feudales y la iglesia principalmente, circunscribiendo las tareas de ocio como propias de la alta sociedad. Los viajes en este periodo se orientan hacia motivos de guerra, o con disposición religiosa, destinando los viajes a motivos principalmente de peregrinación hacia lugares santos, como por ejemplo, las peregrinaciones hacia tierra santa o el Camino de Santiago, que ha permanecido vigente hasta nuestros días.

Este hecho permitió que un gran número de posadas y tabernas acogieran a los peregrinos durante todo el recorrido, ampliando las derivaciones turísticas asociadas a estos desplazamientos.

Ya en el siglo XVII, en la sociedad inglesa aparece una transformación que pone de manifiesto las connotaciones positivas del trabajo, que unidos a valores éticos y religiosos, desplaza el ocio como una actividad obsoleta, impropia de una sociedad trabajadora, reduciendo considerablemente los momentos destinados al ocio de épocas anteriores. Bajo este escenario, los viajes se realizaban por motivos religiosos o comerciales, entrando en escena el denominado “Gran Tour”. Este viaje estaba destinado únicamente a la clase burguesa y aristócrata joven, que se desplazaban con el objetivo de adquirir diversos conocimientos culturales, económicos, políticos o religiosos. Estos se prolongaban por largos periodos de tiempo (hasta tres años), por lo que requerían desembolsar grandes cantidades de dinero, algo que muy pocas personas podían permitirse.

Con el desarrollo de la Revolución Industrial, el trabajo es la única razón de la existencia del ser humano, por lo que el ocio queda desplazado a un segundo plano. Todo aquel tiempo que no es dedicado al trabajo es tiempo desperdiciado. Por ese motivo, los viajes del “Gran Tour” donde se viajaba por motivos formativos quedan desplazados por viajes de negocios. Con el auge de la pequeña burguesía, los viajes comienzan a hacerse más accesibles para otros bolsillos, por lo que algunas nuevos burgueses aprovechaban esos viajes de negocios para pasar tiempo en balnearios o casinos, lugares donde se relajaban y pasaban el tiempo los jóvenes burgueses. En ocasiones, estos pasaban periodos del verano descansando en playas, sobretudo en la Riviera mediterránea.

Estos periodos, podrían ser considerados como los componentes de la protohistoria del turismo (Ribeirinho-Machado, 2011), comprobando como los momentos de ocio y viajes estaban destinados únicamente a personas de elevada clase social.

En el último periodo, se comprueba cómo realizar viajes se hace cada vez cada más accesible, sobre todo para la emergente nueva burguesía acaecida en la revolución industrial, por lo que se generará un periodo en el cual, se pasará de ser una actividad destinada a las élites hacia una actividad más accesible a las masas.

En este periodo, ya en el siglo XIX, toma importancia al que se considera el primer turoperador de la historia, Thomas Cook, que encumbró una labor empresarial en la organización de viajes programados en diferentes puntos del planeta, destacando la promoción en 1851 de la exposición de Hyde Park (Londres), la cual consiguió reunir a 165.000 clientes.

También se debe destacar en este periodo a Karl Baedeker, que confeccionó guías de viajes especializadas, especialmente motivado por el auge del alpinismo en esta época. Esto se sustenta sobre el auge y aparición de “clubs” en la burguesía que realizaban viajes organizados para descubrir la bondades del propio país, y la proliferación de excursiones o vacaciones a la naturaleza, alejadas del desenfreno de las urbes. Siguen destacando los balnearios de la Riviera Francesa o los casinos de Montecarlo, la contemplación de paisajes y la proliferación de actividades en la montaña como el esquí.

Por lo tanto, se pueden destacar que durante este periodo, factores como: el desarrollo de los transportes, el desarrollo económico así como el nacimiento de un sistema bancario, los procesos de urbanización y la aparición de los primeros viajes organizados, son las de la revolución turística (Mazón 2001).

Steineke (1993), destaca una serie de factores que impulsan el desarrollo turístico en este periodo, estos son el urbanismo, el aumento del tiempo libre debido a la reducción de la jornada laboral a ocho horas, el aumento de los ingresos unido a la vacaciones remuneradas. Además, el aumento de la población, el progreso tecnológico y la motivación particular de la persona cimientan lo que en la actualidad conocemos como el turismo de masas.

Ya en el siglo XX, Fernández-Fuster (1991) destaca tres periodos que clarifican las características turísticas de la época. La primera de ella es la denominada “Belle Époque”, que seguía la línea del turismo de balneario, con viajes acondicionados para las clases pudientes, pero que poco a poco van formando parte de los quehaceres de las clases menos pudientes, lo que propicia la aparición de la “clase turista”, para aquellos viajeros con menos poder adquisitivo.

Seguidamente, y después de la I Guerra Mundial, comienzan a burocratizar las actitudes del turismo, creando la Sociedad de Naciones, que entre otras cosas, definiría la adaptación de un pasaporte de tipo internacional, o la definición del término “turista”.

Con la II Guerra Mundial, entra en decadencia el turismo en general y, más concretamente, el de balnearios sufre un fuerte retroceso, entre otras razones por los avances en medicina, apareciendo la tendencia a las visitas en entornos naturales, el camping o el caravaning como opción para las clases populares. Esto desencadenó una bajada del número de turistas general.

El efecto de la II Guerra Mundial, azotó a todos los sistemas sociales, incluido el turismo, que no recuperaría fuerza hasta avanzada la década de los años 50 del siglo pasado. Es en este periodo, entre la década de los años 1950 y 1970, surge el gran boom turístico a nivel internacional, debido a la paz imperante después del desenlace de la guerra, y la regulación, sobre todo, del transporte aéreo, surgiendo una nueva cultura de ocio debido a la estabilidad social que tendrían algunos países en ese periodo.

También influyó la modernización del transporte terrestre, donde el automóvil facilitó los viajes a multitud de personas, unido al asentamiento de la clase media social, que podía permitirse realizar este tipo de desplazamientos en sus momentos de ocio.

Estos hechos produjeron una saturación en los sistemas de los países receptores de turismo, sobre todo en los de la cuenca mediterránea, que debido a su buen clima acogieron gran cantidad de visitantes, por lo que se vieron en la necesidad de mejorar las infraestructuras que permitieran la recepción de un gran número de visitantes, sobre todo en las localidades costeras.

El fenómeno turístico seguiría aumentando exponencialmente durante las siguientes décadas, sufriendo algunos periodos de estancamiento momentáneo como la crisis del petróleo de 1974, que afectaría al sector del transporte, y obligó a un rediseño del sector.

Otros acontecimientos destacados serían la aparición del bikini o los parques acuáticos, el turismo de cine, el turismo de golf o el nudismo entre otros. Lo que abrió el campo de turismo hacia otras actividades complementarias con el turismo tradicional de sol y playa.

Investigadores como MacCannell (2003) trazan una relación lineal entre los viajes y la época histórica existente en cada momento. Indica que lo que comienza siendo una actividad propia de héroes (ej. Alejandro Magno), se convierte en el objetivo de un grupo socialmente organizado (ej. los cruzados). Seguidamente, éste se transforma en una seña de prestigio para una clase social (ej. los retiros de la altas esferas británicas del siglo XIX), para acabar convirtiéndose en una experiencia universal (ej. el turista actual).

A través de la historia, han destacado figuras como Marco Polo, y los relatos escritos sobre sus viajes hacia territorios orientales, desconocidos en su época.

En la actualidad, el turismo moderno posee otro tipo de características, debido al ritmo social imperante. Este trata de racionalizar costes, tiempo y utilidades, tanto en lo referente a los agentes empresariales (turoperadores) como a los consumidores (turistas).

1.2.1 Stakeholders

En la literatura relacionada con el turismo, muchas investigaciones han argumentado la necesidad de incrementar la colaboración entre los grupos implicados en el desarrollo de los procesos planificación turística (Jamal & Getz, 1995; Perdue, Long, & Allen, 1990). Con ello, se pretenden identificar a los denominados Stakeholders.

Se conoce como stakeholder a todo agente, ya sea individual o grupal, que pueda ser participe e intervenir en el desarrollo en un sector (Feeeman, 1984), inclusive el sector turístico. Esta definición, con el tiempo, se ha ido completando dando lugar a una cada vez más compleja red de agentes relacionados con la actividad en cuestión (Neville, Bell & Mengüç, 2005).

Este concepto ha sufrido una evolución desde el concepto tradicional, donde únicamente se tenían en cuenta los grupos de interés internos, derivando a una gestión en la cual, cada vez más se tienen en cuenta otros grupos de interés externos al sector, así como se relación entre ambos (Polonsky & Scott, 2005).

Desde una perspectiva empresarial, Post, Preston y Sachs (2002) definen a los stakeholders como aquellas personas y grupos que contribuyen al potencial de creación de riqueza de la empresa y que son sus beneficiarios potenciales y/o en quienes están voluntaria o involuntariamente expuestos al riesgo de las actividades de la empresa.

Asimismo, Bryson (2004) destaca a los stakeholders como personas, grupos u organizaciones que de alguna manera deben ser tomados en cuenta por los líderes, gerentes y personal directivo.

Stakeholders en el sector turístico

Como destacan Fredline y Faulkner (2000), es esencial, ante cualquier actividad económica o empresarial determinar estos agentes, por lo tanto, para que el desarrollo de una actividad sea exitosa, los stakeholders deben estar implicados en el proceso de planificación e implementación de dicha actividad, lo cual no exime al sector turístico.

Existe una percepción en el campo de turismo sobre los “stakeholders” y es que la implicación de éstos es difícil o imposible de cumplir (Byrd, 2007). Por ese motivo, Ellis y Sheridan (2014) indican que hasta ahora se ha tenido muy poco en cuenta el papel desempeñado por las partes interesadas en el concepto de desarrollo turístico y su práctica en el campo. La complejidad y heterogeneidad de los destinos turísticos ha dado lugar a múltiples estudios destinados a identificar a las partes interesadas, clasificarlas y las interacciones entre ellas (Aas, Ladkin & Fletcher, 2005; Cruz & Pulido-Fernández, 2012; Jamal & Getz, 1995; Sautter & Leisen, 1999). Por otro lado, se puede considerar un destino turístico como un sistema abierto de múltiples e interdependientes actores (Pulido-Fernández, 2010).

Según Ali, Nair & Hussain, (2016), se pueden observar dos enfoques relacionados con el compromiso de las partes interesadas en el desarrollo del turismo en los destinos. El primero de ellos hace hincapié

en la identificación y evaluación de los aspectos que conforman las actitudes de las partes interesadas hacia el desarrollo turístico (Sheehan, Vargas-Sánchez, Presenza & Abbate, 2016). El segundo enfoque se centra en los impactos positivos y negativos del desarrollo turístico sobre los grupos de interés en un destino (Roselló, Aguiló & Riera, 2005; Nunkoo & Ramkissoon, 2011). Asimismo la evaluación de los beneficios y costes del desarrollo turístico se considera como los principales agentes para el apoyo hacia el desarrollo turístico (Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman & Scott, 2009; Stronza & Gordillo, 2008; Meleddu, 2014).

De manera similar, otros autores han determinado la existencia de dos niveles de stakeholders, diferenciando entre grupos de interés primarios y grupos de interés secundarios (Tkaczynski, Rundle-Thiele & Prebensen, 2015). Clarkson (1995) define como grupos primarios aquellos cuya relación con el sector se produce de manera formal, oficial o contractual, siendo ésta indispensable para que la actividad pueda ser llevada a cabo. Por otro lado, señala el autor como grupos secundarios aquellos que influyen o afectan, o son influenciados o afectados por el sector, pero forman parte de manera directa.

Diversos estudios exponen la necesaria identificación de las partes interesadas, encontrando dentro de la literatura científica diferentes tipos de stakeholders (Byrd, 2007; Hardy et al., 2002). Villanueva, Van de Ven y Sapienza (2012) sugieren que las partes interesadas tienen una actitud semejante hacia el desarrollo turístico, y con el paso del tiempo esta actitud se vuelve más compleja.

Morales-Cortijo y Hernández-Mogollón (2011), identifican 15 stakeholders diferenciados: accionistas, asociaciones empresariales, industriales o profesionales, clientes, competidores, comunidades donde la empresa tiene operaciones, asociaciones vecinales, gerentes, empleados, gobierno nacional, gobiernos locales, gobiernos provinciales, inversores, sindicatos, familia y medios de comunicación.

Por su parte, otros estudios (Getz & Timur, 2005; Markwick, 2000; Mason & Simmons, 2014) distinguen seis categorías: turistas, industria, comunidad local, gobierno, grupos de especial interés e instituciones educativas. Asimismo, Gómez-Bruna y Martín-Duque (2015), simplifican en cuatro grandes grupos de stakeholders: (1) el sector público (gobierno en todos los niveles e instituciones); (2) el sector privado (empresas turísticas y otros negocios locales); (3) los turistas (internacionales y domésticos); y (4) la sociedad civil.

Para el logro del desarrollo turístico de una determinada área geográfica es imprescindible contar con la cooperación de los stakeholders (Byrd, 2007), siendo necesario garantizar la participación de todos ellos en las diferentes fases del proceso de desarrollo del destino (Bramwell, 2011).

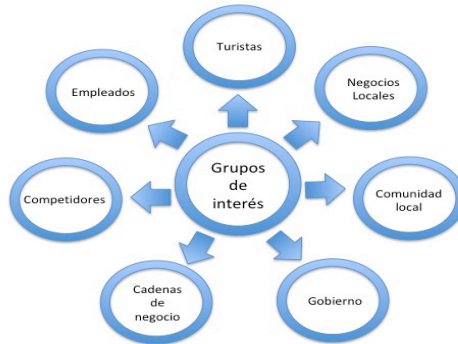


Figura 1. Stakeholders del turismo. Adaptado de Robson & Robson (1996).

La literatura sobre impacto social del turismo sugiere que la implicación de los stakeholder en la planificación, tendrían que ser parte de las etapas tempranas de desarrollo de turismo (Ko & Stewart, 2002).

1.2.2 Turismo e Instituciones

Las instituciones, tanto públicas como privadas, tienen gran importancia en el sector turístico. Estas poseen intereses sobre la actividad turística que tercián en el desarrollo global de la actividad. Por lo tanto, es importante que los promotores turísticos y los organismos públicos pertinentes reconozcan los impactos producidos por el sector turístico y desarrollen mecanismos comprensibles para el mantenimiento de unos servicios públicos competentes, la conservación del entorno, y establecer oportunidades para la implicación de la sociedad en el sector, que fomente con ello un sentimiento de fraternidad y control en la ciudadanía (Aas, et al, 2005; Wager, 1995).

En primer lugar, las decisiones sobre el desarrollo del turismo deben ser tomadas bajo una estructura vertical, desde los organismos pertinentes en la organización y gestión, e implementadas a nivel local. Comúnmente, las decisiones efectuadas de esta manera son percibidas por la comunidad local de manera contraria hacia las opiniones e intereses comunitarios. En segundo lugar, esta toma de decisiones pasa a tener intereses en sí misma y por lo tanto, estas decisiones se verían nuevamente alejadas del interés público (Byrd, 2007).

Cabe destacar, que resulta interesante para las instituciones optar por alternativas diferentes al turismo de sol y playa, involucrando en la oferta turística modalidades como el turismo activo y deportivo (Latiesa & Paniza, 2006), lo que produciría un aumento de los ingresos provenientes del turismo. Es por ello necesario que los destinos turísticos creen recursos reguladores para mejorar la oferta turística, los servicios, y conservar aquellos activos que permiten constituir el atractivo particular de la zona, optimizando de esta manera los recursos para que las actividades se desarrollen de manera sostenible. Resulta preciso regular los ámbitos de actuación turístico-deportiva, puesto que sin la debida regulación, ejercer cualquier actividad turística debería tacharse de insostenible para una comunidad (Downward, 2005).

Como beneficios mutuos turismo-instituciones, se puede hacer referencia a la elección y diseño efectivo para el desarrollo de nuevas formas de turismo, considerando el bienestar de los empleados así como de los beneficios derivados del sector.

Es competencia de las administraciones públicas regular, asesorar y formar, con el objetivo de dar respuesta a las tendencias y exigencias actuales en materia turística (Sharpley, 2014). Las actividades de carácter activo-deportivo pretenden conseguir la máxima rentabilidad empresarial, atrayendo a turistas que buscan otro tipo de actividades de las que disfrutar durante su tiempo libre. Es por ello que las empresas que ofertan actividades de turismo activo-deportivo están en constante crecimiento, siendo esencial la regulación de este tipo de demandas, ya que estas son conscientes de que la regulación de las mismas supone una garantía de calidad de estas actividades (García-Saura, 2010), y por lo tanto del destino turístico en la que se desarrollan.

Por lo tanto, urge propiciar a los destinos turísticos de normativa capaz de responsabilizarse de aquellos nuevos valores y tendencias emergentes en materia turística activo-deportiva, puesto que esta estará en contacto con el entorno, lo que afectará al conjunto global de la población. Según Camps, Carretero y Landaberea (2002), con la regulación del sector turístico activo-deportivo, se pretende actuar hacia la conservación del medio natural, la protección de los usuarios que participen en este tipo de actividades, y la creación de empresas de calidad en el sector que permitan a una localidad ser competitiva frente a otras con unas características similares.

Legislación en materia turístico-deportiva

La competencia legislativa en materia turística está transferida a las Comunidades Autónomas. Esta atribución de competencias tiene la ventaja de permitir la adaptación de la legislación turística a las

actividades que se practican en cada zona, pero por contra, es una dificultad determinar los ámbitos de actuación de las mismas, debido a la particularidad intrínseca de cada actividad. Añadido a esta particularidad, pueden presentarse otras en los diferentes lugares donde se desarrollan las actividades turístico activo-deportivas. A la hora de clasificar los distintos tipos de actividades que forman parte del sector, se estipula como criterio el ámbito en el que se desarrollan.

La actividad turística, indica Allen, Long, Perdue y Kieselbach. (1988) tendrá que ser asumida por promotores privados, siendo estos recursos difíciles de asumir para los gobiernos locales. Aun así, la implicación de estos últimos debe ser vital, sobre todo en materia reguladora de la actividad. También, puede ser importante la participación de los organismos públicos en la promoción exterior de las bondades turísticas existentes en una comunidad.

Con el paso de los años, la planificación y estructuración de este tipo de actividades resulta más compleja. Entre otras, la estructura con la que se desarrolla la actividad empresarial en este sector cuenta con gran cantidad de pequeñas empresas, unido a la ausencia de un criterio unitario en las normativas que reglamentan esta actividad, la aparición de nuevas actividades, fruto de la innovación técnico-deportiva que se agrupan en los conceptos de ocio, turismo y deporte (García-Saura, 2010).

En el sector, es habitual encontrar cómo los empresarios, además de realizar las tareas administrativas pertinentes, realizan directamente las actividades con los clientes. Este hecho dificulta en gran medida la

planificación y estructuración en materia de formación, puesto que ésta, hasta ahora, es dependiente de las federaciones deportivas competentes en la especificidad de las actividades realizadas (Nasarre & Mediavilla, 2007).

Resulta conveniente, por lo tanto, controlar aspectos que no están directamente relacionados con la actividad turística, pero que influyen en el atractivo del destino de manera significativa. Estas son reconocidas como: el estado del medio ambiente, la limpieza, las condiciones sanitarias, sobrepoblación, tráfico... Además, de otros aspectos como los siguientes: satisfacción de los clientes, accesibilidad a los lugares de interés, dinamismo empresarial, colaboración entre empresas y organismos públicos, interés de residentes y empresarios locales en el desarrollo turístico, formación de la población, profesionalidad de empresarios y trabajadores, control de la demanda y desarrollo de una imagen de marca (García-Saura, 2010).

Junto a lo anteriormente mencionado, realizar una clasificación de las distintas actividades que se desarrollan dentro del campo turístico activo-deportivo en la localidad, es complejo determinar el carácter hacia la que están dirigida, puesto que pueden ser únicamente de carácter lúdico o bien, incluir un componente competitivo durante su ejecución (García-Saura, 2002), lo que determinará la adaptación de la regulación al tipo de actividad desarrollada.

Los niveles de regulación de las actividades turísticas activo-deportivas suelen encontrarse reguladas mediante diferentes tipos de normativas. Por un lado, están las leyes del Deporte, que permiten regular las

1. El fenómeno del turismo: una aproximación

diferentes actividades deportivas desde una perspectiva general y organizativa (García-Saura, 2002), y por otro, está la legislación turística, que normaliza todas aquellas actividades que se desempeñen en el sector de una localidad.

Destaca el hecho de que quedan regulados a razón del nivel político al que afectan, pudiendo diferenciarse a nivel estatal, autonómico o local. En materia deportiva, en España existe regulación en los altos niveles políticos (estatal y autonómico), siendo la regulación a nivel local, determinada para algunos casos localizados de actividades concretas, en los que la administración local lo crea oportuno. Como se menciona anteriormente, las competencias en materia turística están derivadas a las comunidades autónomas, regidas estas según sus propias características y particularidades.

Tabla 1. Niveles en el modelo relaciones gobierno-industria.

	NIVEL POLÍTICO	ACTORES POLÍTICOS
ÁREA POLÍTICA	Educación, salud, cultura..	Universo político
SECTOR POLÍTICO	Deportes, turismo, arte...	Entidad política
SUB-SECTOR POLÍTICO	Turismo deportivo, deporte rural, deporte de elite...	Redes políticas

Fuente. Adaptado de Weed (2001).

Por lo tanto, los diferentes niveles de regulación permiten que el sector empresarial realice sus servicios de forma determinada, siguiendo unas pautas previamente estipuladas. Weed (2001), agrupa las relaciones según distintos niveles políticos, las cuales inciden en la toma de

decisiones a la hora de determinar los agentes políticos (actores) a los que están dirigidas.

Según el autor, los agrupamientos de estos “actores” políticos pueden ser definidos como:

-Universo político: la gran población de representantes o potenciales representantes que comparten un interés común en un área de política (ej. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes) y pueden contribuir al proceso político de manera regular.

-Entidad política: los representantes que comparten un interés en un sector de la política en particular (ej. Consejería de Deportes) y que interactúan entre sí con el fin de equilibrar y optimizar sus relaciones mutuas.

-Redes Políticas: hace referencia al proceso de vinculación, unión o resultado de esos intercambios dentro de una comunidad de políticas o entre varias comunidades políticas.

De tal manera, se debe adoptar una actitud activa, estableciendo, por parte de las administraciones pertinentes, unos objetivos, además de dotar de las herramientas organizacionales y normativas necesarias para su consecución (Pulido-Fernández, 2007).

Sin embargo, a pesar del crecimiento del turismo activo en los últimos años en nuestro país, la atención y regulación existente es aún escasa. En primer lugar, se debe atender al tipo de regulación existente en materia profesional en el sector. Según la regulación jurídica vigente, relacionada con las profesiones en España, existe una doble posibilidad.

La primera de ellas hace referencia al ejercicio profesional libre, cuando este no se encuentre regulado en ninguna circunstancia. Por otro lado, si para ejercer estas profesiones es necesario algún tipo de titulación, indican Espartero-Casado y Palomar-Olmera (2012, p. 49) que ésta será delimitada mediante la Sentencia del Tribunal Constitucional 42/1986 que define este tipo como: *“profesión para cuyo ejercicio se requieren títulos, entendiendo por tales la posesión de estudios superiores y la ratificación de dichos estudios mediante la consecución del oportuno certificado o licencia”*.

En función del interés que posean, es recomendable que desde instancias públicas sean garantizadas la capacitación de aquellos que ejercen las profesiones relacionadas al sector, algo que no debe confundirse con la regulación de la profesión titulada, puesto que ésta requiere la posesión de un título académico o profesional para realizar del ejercicio profesional.

Concretamente, en materia de actividades físico-deportivas, es bastante común que las normativas autonómicas establezcan la vía reglamentaria de los condicionamientos profesionales que permiten desarrollar determinadas actividades.

Uno de los principales problemas corresponde a la dificultad de apreciar cuales son los perfiles profesionales adecuados en materia de actividad física y deporte, puesto que la sociedad no distingue las competencias y cualificaciones necesarias en este ámbito, debido a, entre otras cuestiones indica Nasarre-Sarmiento (2011), la cantidad de titulaciones oficiales y no oficiales que, en teoría, forman a estos profesionales para

realizar tareas similares. Este mismo autor indica que, algunos títulos de formación profesional tienen igual valor en materia competencial con las titulaciones universitarias de Licenciatura o Grado en ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Esto puede resultar un impasse en la oferta profesional, puesto que en cualquier sector, especialmente en el turístico activo-deportivo, al regirse con un carácter socioeconómico, los costes laborales de contratación de un titulado de un nivel frente a otro puede producirse mediante un carácter netamente económico.

Además, en algunas ocasiones existen empresas que realizan sus actividades durante los periodos estacionales, las cuales carecen de seguros y descuidan sus obligaciones fiscales, laborales y mercantiles, perjudicando la imagen del sector, por lo que ejercen competencia desleal a aquellas que si las hacen. Fruto de ello, algunas Comunidades Autónomas han decretado una ley para la ordenación del turismo dentro de la que se establece el marco general de desarrollo de las actividades turísticas, y en la que se insertan los derechos y obligaciones del usuario y de las empresas turísticas.

La mayoría de las empresas de turismo activo tienen una posición secundaria en las leyes de ordenación del turismo y carecen de regulación específica en el decreto pertinente. Sin duda alguna, el desarrollo de una norma concreta permite mayor intervención y concreción en la regulación de un ámbito específico. Aunque la interpretación de cada territorio es diferente, y así debería serlo, si se entiende que cada comunidad adapta las particularidades del ámbito a

sus necesidades y competencias (Inglés-Yuba & Seguí-Urbaneja, 2012).

Por dicho motivo, sería conveniente concienciar a todos los agentes implicados en el sector sobre las responsabilidades que poseen, incluyendo la población de las localidades donde se desarrollen este tipo de actividades, puesto que los inconvenientes que pueden derivar de este tipo de prácticas ocasionan en muchos casos problemas de convivencia, por lo que las instituciones deben tener como objetivo prevenir conductas inadecuadas antes, durante y después del desarrollo de estas actividades comerciales.

1.2.3 El Turista

Para una mejor comprensión de lo que acontece al ámbito del turismo, se debe indagar sobre aquellas clasificaciones y tipologías que identifican al turista. Estas estarán consensuadas a razón del tipo de motivación por la que realizan el viaje.

Según los tipos de estímulos elegidos por los turistas para realizar su viaje, Plog (2001) definió una de las primeras clasificaciones que identificaban las motivaciones de viaje, y estableció una tipología que clasifica a los visitantes en:

- **Alocéntricos:** Turistas que conciben el turismo como una actividad que permite la acumulación de experiencias, de aventuras y de riesgo. Estos, eligen destinos deshabitados o alejados, con espacios agresivos (montañas, selvas, desiertos..).

- Psicocéntricos: Turistas que realiza un turismo conformista, y que concibe el turismo como un tiempo recreacional para el descanso. Estos, buscan zonas consolidadas y muy desarrolladas turísticamente.

Entre ambos, indica el autor, se sitúan los céntricos como grupo mayoritario. Aunque se pueden diferenciar según la tendencia a la que orientan el motivo del viaje, destacando los siguientes tipos:

- Céntricos con tendencia alocéntrica: Aquellos turistas que conciben el turismo como un espacio para el desarrollo de sus aficiones, asumiendo nuevas experiencias siempre que en estas el riesgo sea controlado.
- Céntricos con tendencia psicocéntrica: Aquellos turistas cuyo principal motivo de viaje es descansar, realizando actividades de contacto con el entorno natural, buscando realizar actividades de satisfacción corporal (compras, diversión...).

Por otro lado, Ryan (1993) sugiere que los turistas se pueden calificar por:

- Factores intrínsecos: Los turistas que buscan tanto nuevas experiencias en los lugares conocidos (tradicionales).
- Factores extrínsecos: Turistas que visitan lugares no turísticos que se encuentran presentes dentro de una zona eminentemente turística.

En un estudio relacionado al turismo mediterráneo, Lanquar (2001) señaló el perfil de cuatro tipos de turistas:

1. El “Sedentario”
2. El “Sedentario-Móvil”
3. El “Itinerante”
4. El “Nómada”

Asimismo define Ramón-Cardona (2014, p.5) como:

El “Sedentario” es una persona de rentas medias, trabaja como comercial o funcionario, posee pocos estudios y es mayor de 60 años. Sus principales motivaciones para el viaje son el sol, el mar y la playa, no le apetece apartarse de sus hábitos y realiza vida diurna, frecuenta establecimientos de categoría media, le gustan las fotos y los recuerdos, y posee afición por las excursiones. Son personas sin gran curiosidad intelectual y que viajan en verano.

El “Sedentario-Móvil” es una persona de rentas medias o altas, profesional liberal o profesor que posee educación secundaria o superior y una edad comprendida entre los 30 y los 50 años. Les gusta el deporte, visitar lugares y monumentos y realizar fotografías. Realizan estancias vacacionales de más de una semana, para rentabilizar la distancia recorrida.

El “Itinerante” es una persona que busca un cambio cultural y social, y que pertenece a la élite económica o economiza para viajar. Posee una edad de entre 30 y 70 años si viaja en grupo y de entre 20 y 50 años si viaja de forma individual. Le gusta visitar todo lo que aparece en las guías, realizar fotografías y

actividades folclóricas, adquirir recuerdos exóticos, comer comida internacional y probar la comida local. Es un tipo de turista poco numeroso y que realiza viajes de dos o tres semanas de duración.

El “Nómada” es una persona que busca el verdadero contacto con la población local y la naturaleza. Está muy motivado (las motivaciones son muy variadas), posee un buen nivel educativo y es joven. Realiza el viaje de forma individual o en pequeños grupos, está abierto a experiencias.

Otra tipología, en este caso, cuyo análisis es enfocado con un carácter psicográfico de los turistas, es la propuesta por Bigné, Alcañiz, Font y Andreu (2000). Estos definen a los turistas en cuatro tipologías diferentes a los que denominan:

1. Los “extremos impulsores”: viajan por motivos educativos o culturales, en búsqueda de lo exótico y lo nuevo.
2. Lo de “intereses especiales”: el objetivo del viajes es asistir acontecimientos concretos (competiciones deportivas o espectáculos especiales, realizar viajes de aventura...).
3. Los “intermedios”: buscan el descanso y relax, la salud, el cambio de vida, el encanto del lugar, la naturaleza...
4. Los “extremos conformistas”: prefieren lugares conocidos y disfrutar de un ambiente familiar.

1.2.4 Interacción Turista-Residente

El turismo, como proceso de intercambio dinámico, implica una relación directa y recíproca entre usuarios y productores del producto turístico. Los tipos y formas de turismo, incluidas la percepción y actitud de los turistas, influyen en cómo evolucionan las actitudes de los residentes una vez iniciada la actividad turística (Williams & Lawson, 2001) por lo que las actitudes y percepciones, tanto de los turistas como de residentes deben estudiarse como elementos interrelacionados y en ningún caso de forma separada. (Gursoy & Rutherford, 2004; Ramón-Cardona, 2015b).

Rothman (2003), señala que los lazos de unión entre una localidad y los turistas que la visitan están marcados por las características particulares del lugar, puesto que un núcleo residencial regularmente expuesto a la emigración o inmigración, de residentes o visitantes provisionales, organizarán sus actividades comunitarias alrededor de la conexión turista-residente, incluidas aquellas áreas operativas que sirvan para cubrir las necesidades que precisen los residentes de la localidad (Pizam, 1978).

Para que surja un apoyo hacia el desarrollo económico-turístico, los residentes deben ser partícipes de este proceso. Debido a la frecuencia de interacción entre turistas y residentes, la gentileza que estos últimos muestren como anfitriones es esencial para el éxito del producto turístico (Ko & Stewart, 2002). Por lo tanto, la industria de turismo depende de la hospitalidad de la comunidad local, teniendo que ser desarrollada según sus deseos y necesidades (Andriotis, 2005). Si los

residentes perciben que tienen acceso al planteamiento y desarrollo de la estructura pública y que sus preocupaciones están siendo consideradas, apoyarán el turismo (Jonhson, Snepenger & Akis, 1994).

El tipo e intensidad de los contactos entre visitantes y residentes han sido consideradas variables importantes en la determinación de las actitudes de los residentes (Pearce, Moscardó & Ross, 1996), sobre todo cuando el residente trabaja o depende económicamente del turismo (Milman & Pizam, 1988). De ellas, se pueden destacar el tipo y grado de interacción entre el residente y el visitante, la importación de la industria para la comunidad, el nivel de vinculación de los visitantes con el sector turístico y el nivel general de desarrollo de la comunidad (Ramón-Cardona 2014).

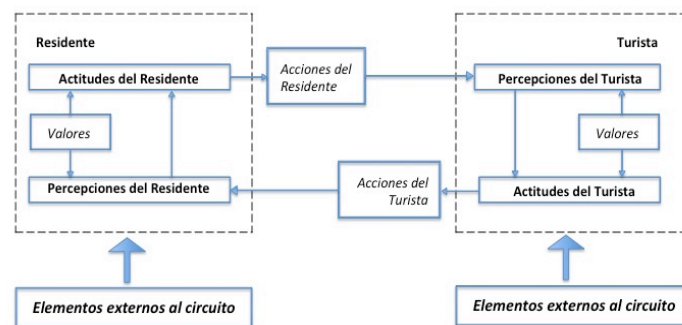


Figura 2. Circuito de interrelaciones entre residentes y turistas.
Adaptado de Ramón-Cardona (2015a).

Otro tipo de turismo que puede influir positivamente en la actitud de los residentes son los poco activos, es decir, aquellos que buscan tranquilidad y descanso.

Los turistas con motivaciones culturales y aventureras (nómadas, extremos impulsores, alocéntricos, etc.) suelen mostrar mayor respeto por la población residente y suelen realizar un mayor índice de actividades durante su estancia (Ramón-Cardona, 2014).

CAPÍTULO II. EL TURISMO DEPORTIVO

2.1 Turismo y Deporte

El concepto de relación entre deporte y turismo ha aumentado en importancia en los últimos años convirtiéndose en un campo académico de estudio además de un producto turístico cada vez más popular.

A principios de los años 90 del siglo pasado, Kurtzman (1993) definió al turismo deportivo como un proyecto turístico, centrándose en una profesión por aquel entonces emergente, obviando este campo como una disciplina académica. Sin embargo, no sería hasta finales de esa misma década, cuando Gibson (1998) presentó una definición apropiada de turismo deportivo, pudiendo ser este campo definido como un “viaje de ocio por el que un individuo sale temporalmente de su lugar de residencia para participar en actividades físico-deportivas, para ver actividades físico-deportivas, o para visitar atracciones asociadas con actividades físico-deportivas”(p.49).

Años más tarde, Weed (2006, 2009), realizó una revisión de la investigación llevada a cabo en materia turístico deportiva en la cual, declaraba la falta de coherencia en la investigación relacionada en el sector, y a su vez, propuso como elementos claves para una evolución de la investigación, la concreción en una conceptualización turístico deportiva, la base de trabajo empírico mediante una teoría apropiada, la aplicación robusta, apropiada y transparente de métodos y metodología, una comunidad clara de académicos con un interés firme en el área, así como una revista académica que poder servir de referencia para desarrollar un cuerpo más amplio de conocimiento.

Todavía hay escasas investigaciones que han realizado un meta-análisis de la evolución sistemática de la investigación en el campo del sector deportivo (Delpy, 1998; Gibson, 2006; Weed, 2006, 2009). Por otra parte, Gammon y Robinson (2003), sugieren que el área del turismo deportivo está mejor conceptualizada como una interdisciplina, puesto que no existían teorías o perspectivas previas en relación a los estudios de ocio, deporte y turismo.

Tabla 2. Revisión bibliográfica sobre turismo deportivo.

Autor(es)	Título	Bases de la revisión
De Knop (1990)	Sport for All & Active Tourism	Estudio de mercado
Glyptis (1991)	Sport & Tourism	Resumen introductorio
Hall (1992)	Adventure, Sport & Health Tourism	Resumen introductorio
Gibson (1998)	Sport Tourism: A Critical Analysis of Research	Revisión de la literatura
Delpy (1998)	An Overview of Sport Tourism: Building towards a dimensional framework	Estudio de mercado
Weed (1999)	More than Sports Holidays: An Overview of the Sport–Tourism Link	Revisión de la literatura
Chalip (2001)	Sport and Tourism: Capitalising on the Linkage	Resumen introductorio
Gibson (2002)	Sport Tourism at a Crossroad? Considerations for the Future	Revisión de la literatura
Gibson (2003)	Sports Tourism	Resumen introductorio
Weed (2005)	Sports Tourism	Resumen introductorio

2. El turismo deportivo

Tabla 2. (continuación)

Weed (2006)	Sports Tourism Research 2000–2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Method	Revisión sistemática de la literatura
Weed (2008)	Sport & Tourism: A Reader	Colección de investigación internacional.
Weed (2009)	Research quality considerations for grounded theory research in sport & exercise psychology	Revisión de la aplicación de la teoría.
Hinch & Higham (2011)	Sport Tourism Development	Revisión de casos de estudio.
Weed, M. (2011)	Methodology and Method in Sport & Tourism.	Revisión de la metodología
Weed, M. (2012).	Researching experiences of sport and tourism	Análisis de investigación.
Weed, M. (2014).	After 20 years, what are the big questions for sports tourism research?	Valoración conceptual.
Ramshaw, G. (2014).	Sport, heritage, and tourism	Análisis del legado deportivo como medio turístico
Wise & Whittam (2015)	Special edition: Regeneration, enterprise, sport and tourism	Enfoques interdisciplinarios en la relación turismo, deporte, empresa.

Tabla 2. (continuación)

Buning, & Gibson (2016).	Exploring the trajectory of active-sport-event travel careers: A social worlds perspective	Análisis de la progresión de los viajes hacia eventos deportivos
Gammon, Ramshaw & Wright (2017)	Theory in sport tourism: some critical reflections	Reflexión de la teoría
Gibson (2017)	Sport tourism and theory and other developments: some reflections	Reflexión sobre la teoría
Van Rheezen, Cernaianu, & Sobry, (2017).	Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology	Revisión de la literatura.
Gibson, Lamont, Kennelly & Buning, (2018)	Introduction to the Special Issue Active Sport Tourism.	Aproximación conceptual.

Fuente: elaboración propia. Adaptado de Weed (2009)

Deery, Jago y Fredline (2004), exponen que la razón principal por la que un turista deportivo realiza el viaje es la de participar en la práctica deportiva, ya sea como participante activo en la actividad o espectador en un evento. Además, subrayan que el turismo deportivo es toda actividad que se realiza fuera del lugar de residencia, relacionadas de alguna forma con el deporte, con fines tanto recreacionales como competitivos.

Por su parte, Latiesa y Paniza (2006) afirman que la motivación inicial del turista deportivo para realizar sus desplazamientos, ya sean recreacionales o competitivos es la de ser partícipes en una actividad o evento deportivo.

Van Rheenen, et al., (2017), realizaron un meta-análisis sobre el desarrollo de conceptos claves y definiciones subyacentes sobre la evolución relacionada al turismo deportivo, concretamente la recopilada en la *Journal of Sport & Tourism*, revista de referencia en el sector. Con ello, los autores realizaron un análisis temático basándose en los elementos propios de las definiciones más comunes, obteniendo diferentes enfoques a razón de los elementos paradigmáticos relacionados con el sector.

En su análisis, encontraron 30 definiciones diferentes de turismo deportivo, de las cuales podrían desglosarse en cinco paradigmas según la orientación de su definición:

- Como motivación principal del viaje.
- Como referencias hacia el espacio donde se desarrolla la actividad.
- Como referencias hacia el tiempo que en el que se realiza la actividad.
- Por la experiencia de los participantes.
- Como un mercado económico.

Basándose en los resultados, los autores llegan a la conclusión de que existe una necesidad de definir con mayor precisión los límites epistemológicos del turismo deportivo.

Por otra parte, las definiciones sobre turismo deportivo o deporte turístico tuvieron un impacto directo en la comprensión conceptual del turismo deportivo como un campo de investigación académico (Van Rheenen, et al., 2017). Gibson (2006) sostiene que el término turismo deportivo reconoce el deporte como una institución social y no como un conjunto de actividades físicas o deportivas dispares. Además, indica la autora que este hecho diferencia el turismo deportivo frente a otras formas de turismo. Por contra, Weed y Bull (2004) propusieron el uso del término deporte turístico para describir un conjunto de actividades y experiencias diversas y heterogéneas, dando lugar a una comprensión fenomenológica de la participación en el ámbito turístico.

Los esfuerzos realizados para determinar la profundidad y amplitud del turismo deportivo como área temática diferenciada, han llevado a investigadores y profesionales a construir numerosas categorías y tipologías, centrándose en los principales tipos de actividades y eventos

que comprenden el campo y los mercados especializados (Deery & Jago, 2005).

Deporte como motivación del viaje

Como se ha mencionado anteriormente, la mayoría de los autores que aportan una definición conceptual hacia el término turismo deportivo incluyen en ella el componente motivacional asociado a la motivación por la cual se realiza el viaje (Hinch & Higham, 2001; Zauhar, 2004). Por otro lado, el elemento turístico actúa como un refuerzo a la realización del viaje, a pesar de que el deporte es la principal motivación para viajar, si se atiende al análisis de los individuos o grupos de personas que participan, ya sea de manera activa o pasiva, en deportes de competición y/o recreación mientras viaja y/o se alojan en lugares fuera de su entorno habitual (Gammon & Robinson, 2003). Estos autores, en complemento con investigaciones previas (Kurtzman & Zauhar, 1995), señalan una distinción importante entre el turismo deportivo y el deporte turístico, donde esta última actividad, hace referencia a la participación deportiva como una actividad secundaria dentro de la motivación del viaje.

El espacio y el tiempo en la concepción turística

El turismo deportivo se ha enriquecido del contacto directo con el ámbito turístico, estableciendo una relación directa entre el espacio, relacionado a la noción de desplazamiento o viaje, y el tiempo, que hace referencia a la estancia en el lugar (Pigeassou, Bui-Xuan & Gleyse, 2003).

Por lo que respecta al tiempo, a medida que el campo del turismo deportivo se ha ido desarrollando, las investigaciones en tipos específicos de deportes y turistas (ej. golf, esquí, surf...) han ido a más. El elemento tiempo ha seguido siendo un tema polémico a la hora de definir los límites epistemológicos del campo (Lamont, 2009), puesto que esta actividad puede desarrollarse en un solo día, o prolongarse en el tiempo durante más de un año.

Multitud de estudios han tratado el umbral temporal de 24 horas para diferenciar la tipología turístico deportiva (Chen & Funk, 2010, Ritchie, 1998). La mayor parte de las investigaciones diferencia entre los viajeros de un solo día, los que denominan excursionistas, a aquellos que no pernoctan en lugar, frente a aquellos turistas deportivos que permanecen al menos una noche durante su estancia en el lugar de viaje. En ese sentido, también se incluye en el debate el tiempo que dedican a la actividad relacionada con el deporte durante el viaje (Dickson, Gray, Downey, Saunders & Newman, 2008).

Por otra parte, el concepto espacio ha sido entendido en la literatura de turismo deportivo como un viaje lejos del entorno doméstico, suponiendo éste desplazarse lejos del entorno habitual (Dickson & Dolnicar, 2004; Gibson & Yiannakin, 2002).

Por su parte, Higham y Hinch (2006) argumentaron que la relación entre turismo y deporte debería adoptar teorías, conceptos y cuestiones de investigación desde una perspectiva geográfica, centrada principalmente en el espacio, el lugar y el medio ambiente. El enfoque de estos autores presenta una noción mucho más amplia de la simple

2. El turismo deportivo

localización física y el destino, ya sea local, regional, nacional o supranacional.

Tabla 3. Definiciones seleccionadas relacionadas con el turismo deportivo

Dimensión	Definición y fuente
Turismo Deportivo	<ul style="list-style-type: none">- Viajar por motivos no comerciales para participar u observar actividades deportivas fuera del ámbito doméstico (Hall, 1992 p 194)- Vacaciones que incluyan una actividad deportiva como espectador o participante (Weed & Bull, 1997)- Viajes recreativos que llevan a las personas temporalmente fuera de sus comunidades de origen a participar en actividades físicas, a observar actividades físicas o a venerar atracciones asociadas con la actividad física (Gibson, 1998 p. 49)- Todas las formas de participación activa y pasiva en la actividad deportiva, participando de forma casual u organizada por motivos no comerciales o empresariales/comerciales, que requieran desplazamientos fuera del domicilio y de la localidad de trabajo (De Knop & Standeven, 1999 p. 12).
Turista Deportivo	<ul style="list-style-type: none">- Un visitante temporal que permanezca por lo menos 24 horas en el área del evento y cuyo propósito principal sea participar en un evento deportivo siendo el área una atracción secundaria (Nogawa, Yamaguchi & Hagi, 1996 p. 46)- individuos y/o grupos de personas que participan activa o pasivamente en deportes de competición o recreativos, mientras viajan y/o permanecen en lugares fuera de su entorno habitual (deporte como principal motivación de viaje) (Gammon & Robinson, 2003)

Tabla 3. (Continuación)

Deporte turístico	-	Personas que viajen y/o permanezcan en lugares fuera de su entorno habitual y participen activa o pasivamente en un deporte de competición o recreativo como actividad secundaria (Gammon & Robinson, 2003).
----------------------	---	--

Fuente: Adaptado de Weed (2008)

Desarrollo de mercado: experiencias y economía.

Como un campo académico, además de replantearse como un mercado o industria única, el turismo deportivo convive dentro de un sistema dinámico de oferta y demanda, relacionado al campo de producción y consumo. Sin embargo, la referencia directa a la motivación económica para desarrollar oportunidades o mercados de turismo deportivo ha sido un elemento poco común en materia académica. Asimismo, sería posible considerar que la gama de entretenimiento y actividades deportivas ofrecidas, pueda ser una oferta destinada a satisfacer una demanda social (Bourdieu, 1978).

La creciente repercusión económica y social del turismo relacionado con el ocio y la actividad física, ha favorecido la aparición de iniciativas empresariales que han experimentado un rápido crecimiento en los últimos años.

Por otro lado, la estructura del sector, con una gran cantidad de pequeñas empresas (micropymes), exige la elaboración de un criterio unitario en las normativas que reglamentan esta actividad (García-Saura, 2002). Corresponde a la Administración no solamente regular, sino también asesorar y formar, para poder responder un la nueva

tendencia del turismo en España, el turismo diversificado y global. Se han de mejorar alternativas al turismo de sol y playa como el turismo rural y turismo deportivo y activo, entre otras modalidades (Brasileiro, Rebollo & Medina, 2008; Latiesa & Paniza, 2006).

Ciertamente, las empresas turísticas de este tipo, en constante crecimiento, demandan la regulación de las actividades conscientes de que ello supone garantía de calidad para la preservación de estas actividades en el futuro. Las Administraciones Públicas deben elaborar políticas que respondan a unos criterios de acuerdo con las nuevas tendencias y exigencias.

Sin embargo, indican Alonso y Medina (2017) que dicha oferta debe cumplir con una serie de requisitos. De este modo, debe tratarse de una actividad:

- Integrada: se habla de una oferta complementaria y que, por tanto, tiene que integrarse de manera cohesionada con el resto de ofertas, mejorando en su conjunto la calidad turística.
- Atractiva: se habla de una actividad de ocio vacacional y por tanto, dicha oferta tiene que resultar atractiva y sugerente para los posibles usuarios.
- Recreativa: se deben enfocar son los aspectos como el ocio y el disfrute y en ningún caso los de competición o el esfuerzo excesivo.
- Promocionada: en tanto que actividad ofertada, debe ser también una actividad que sea, publicitada, a los posibles usuarios de forma conveniente.

La inclusión intencional del elemento humano, un conjunto diverso de experiencias sociales, culturales y físicas relacionadas con las actividades de turismo deportivo, ha complicado los esfuerzos académicos para definir el campo. Sin embargo, es llamado a la inclusión social y se reconoce la necesidad de un marco multidimensional para la investigación en turismo deportivo, un marco que reconozca el tiempo, el espacio, el deporte como actividad, pero también la mayor oferta y demanda de estas actividades y experiencias turísticas (Van Rheenen, et al., 2017).

2.1.1 Tipología del turismo activo-deportivo

En una primera aproximación a las tipologías estudiadas en el campo del turismo deportivo, Crompton (1979) indica que las tipologías de motivación turística proporcionan un marco para la categorización del turismo deportivo. Sus categorías motivacionales incluyen escapadas, auto-exploración, interacciones sociales, el prestigio, la relajación y la mejora en las relaciones con la comunidad. Por su parte, De Knop (1990), identifica tres tipos diferentes de lo que denomina “vacaciones deportivas”:

1. Las vacaciones deportivas puras
2. La aceptación esporádica de deporte organizado
3. Actividad deportiva privada en vacaciones

En un mismo sentido, Gibson (1998) sugiere que existen tres tipos distintos de comportamientos asociados al turismo deportivo:

- 1) Turismo activo deportivo (Participante activo)
- 2) Turismo de eventos deportivos (espectador)
- 3) Turismo deportivo de nostalgia (visitante)

De manera similar Puertas (2007), adapta la clasificación de Gibson, especificando los motivos por los cuales se realizan este tipo de viajes.



Figura 3. Tipos de turismo Activo-Deportivo.
Fuente: Adaptado de Puertas (2007)

Por otro lado, indican Hinch, Higham y Sant (2014), que en los últimos años se han realizado dos modificaciones a la tipología de Gibson sobre turismo deportivo. La primera modificación fue dividir la categoría relacionada a los eventos deportivos en: (1) eventos que fueron dominados por viajeros cuya participación primaria fue como espectadores y (2) eventos que se caracterizaron por una alta proporción de viajeros cuya participación principal fue como participantes activos, es decir, deportistas recreativos. La segunda modificación consistía en ampliar la categoría de nostalgia para incluir el concepto más amplio del legado. Tal como lo argumentan Ramshaw y Gammon (2005), esta

categoría se puede ponderar más ampliamente en términos de turismo de legado deportivo, ejemplificado en el viaje para visitar museos deportivos o estadios donde se han jugado competiciones famosas, así como eventos donde los atletas que participan por recreación pueden participar junto a profesionales y/u otros atletas de élite. Una tendencia relativamente reciente ha sido la fusión de eventos activos y formas de nostalgia de participación deportiva para crear experiencias en los participantes (Higham & Hinch, 2009).

Por su parte, Pitts (1999) cree que desde una perspectiva del marketing deportivo, el turismo deportivo consta de dos amplias categorías: (1) viajar para participar en los deportes (con el propósito de participar en deportes, recreación, ocio o cualquier tipo de actividad física) y (2) viajar para asistir como espectador a alguna modalidad deportiva (con el propósito de ver deportes, recreación, ocio o cualquier tipo de actividades física o evento).

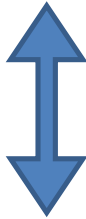
Kurtzman (2005b) propone una clasificación que sugiere diferentes modalidades de turismo deportivo:

- 1) Atracciones de turismo deportivo
- 2) Recursos de turismo deportivo
- 3) Cruceros de turismo deportivo
- 4) Visitas de turismo deportivo
- 5) Turismo de eventos deportivos.

Otras categorizaciones de turismo deportivo, es la ofrecida por Pigeassou et al. (2003) que sugieren que el concepto puede ser dividido a actividades con un “mediador corporal” como deporte a nivel competitivo, o actividades como “mediador cultural” tales como eventos, espectáculos o visitas a museos.

Otra investigación realizada por Fairley (2003), encontró que la nostalgia era un factor motivador para la participación en el turismo deportivo. De manera parecida, Gammon y Robinson (2003) relacionaron conceptos sobre cómo se constituye el ‘turista deportivo’, clasificándolos como participantes ‘Hard’ (duros) o ‘Softs’ (blandos). Un turista deportivo “duro” es una persona que viaja para realizar cualquier implicación, activa o pasiva en deporte competitivo, por ello su motivación principal para realizar el viaje es el deporte. El turista deportivo ‘blando’ es alguien quién está principalmente implicado en actividades recreativas más que competitiva, y realiza el turismo deportivo como una búsqueda de ocio. Por su parte Stebbins (2006), divide los tipos de turista deportivo en: participantes amateurs, quienes son viajan para participar en competiciones en sus respectivas modalidades y “hobbyist”, quienes realizan actividades deportivas por placer.

Tabla 4. Clasificación del turismo deportivo según los objetivos del viaje.

Objetivo del viaje	Tipo de turismo	Actividad Física
Visitar instalaciones relacionadas con el deporte	• Turismo deportiva de nostalgia	Baja
	• Turismo deportivo de aficionados	
	- Visitar instalaciones deportivas (a parte de los eventos deportivos)	
Viajar con atletas, (familiares, amigos...)	• Turismo de aficionados	
Siguiendo a atletas (ídolos).	- Turismo deportivo de eventos	
Participar en eventos deportivos	- Turismo de fans	
	- Fans seguidores de eventos deportivos	
Actividad física aficionada	• Turismo activo	Alta
	• Turismo de especialidad	
	• Turismo especializado	
Actividad física profesional.	• Turismo de deportistas	

Fuente: adaptado de Zajadacz (2016)

2.1.2 Turismo y Eventos Deportivos.

Los eventos deportivos como atracciones turísticas, tanto para participantes como para espectadores, es uno de los temas más ampliamente estudiado en materia turístico deportiva (Getz, 2012). Por

lo tanto, el turismo de eventos deportivos es uno de los productos de mayor valor dentro del campo del turismo deportivo (Weed, 2009).

Alexandris y Kaplanidou (2014) inciden en que el turismo deportivo es una de las formas de turismo de mayor crecimiento internacionalmente, en consecuencia, la literatura relacionada al turismo de eventos deportivos ha ido creciendo de manera exponencial. El turismo deportivo está globalmente bien establecido y el deporte como “gran negocio” es un tema susceptible a ser analizado (Presenza & Sheehan, 2013).

Kurtzman y Zauhar (1997) identifican a los eventos deportivos como uno de los tipos específicos dentro del campo del turismo deportivo. Por otra parte, Deery, et al., (2004) se cuestionan si el turismo deportivo y el turismo de eventos es lo mismo. Se plantean si la conceptualización de turismo deportivo se manifiesta mediante el nexo de turismo de eventos y deporte, o por el contrario, el turismo deportivo y por consiguiente turismo del eventos, son subsectores del turismo en general.

El turismo de eventos deportivos no se analiza únicamente desde la atracción que pueda tener para las personas, además, destaca a la ciudad como nuevo destino turístico, y con ello la creación de “legados”, que permanecen en las ciudades anfitrionas o países como posible impulso a la actividad turística de la localidad. (Fourie & Santana-Gallego, 2011).

Las agencias regionales de turismo generalmente incluyen eventos, atracciones y exposiciones como parte importante de su estrategia de desarrollo turístico (Getz, 1989).

Asimismo, la celebración de eventos deportivos pueden atraer un mayor número de inversiones y visitantes, y con ello, influir en el crecimiento económico de la localidad. Igualmente, la celebración de grandes eventos deportivos puede desarrollar un incremento de la afluencia de turistas, su estancia en la localidad, así como de gastos asociados a esta estancia (Barker, Page & Meyer, 2003).

Tabla 5. Impactos positivos y negativos económicos y turístico-comercial de los eventos deportivos.

Tipo de Impacto	Economía	Turismo/ comercial
Positivo	-Incremento de la actividad económica. -Creación de empleo. -Incremento de las ofertas de trabajo. -Incremento del nivel de vida.	-Aumento de la concienciación de la ciudad como destino turístico. -Mayor conocimiento sobre el potencial para la inversión y el desarrollo de la actividad comercial en la región. -Creación de nuevos alojamientos y atracciones para los turistas.

Tabla 5. (Continuación)

Negativo	-Incremento de los precios durante el evento. -Especulación inmobiliaria. -Falta de atracción de turistas. -Mejores alternativas para las inversiones. -Capital inadecuado y estimación inadecuada de los costes del evento. -Gastos elevados en seguridad. -Excesivo endeudamiento -Aumento de los impuestos	-Adquisición de una mala reputación como resultado de instalaciones inadecuadas, delincuencia, prácticas impropias o precios inflados. -Reacciones negativas de las empresas existentes debido a la posibilidad de nueva competencia de mano de obra local y de la ayuda del gobierno
----------	--	--

Fuente. Adaptado de Preuss y Solberg (2006).

Las revisiones bibliográficas existentes apuntan que la mayoría de los artículos de turismo deportivo se centran en eventos (67%). En un examen más detallado se reveló que el 55% estaban basados en espectadores, mientras que el 12% se centraban en los participantes (Hinch et al. 2014). Por consiguiente, los análisis relacionados a los eventos deportivos suelen ser tratados desde un punto de vista pasivo, debido a que el objetivo de la mayor parte de los turistas que asisten a

estos espectáculos es presenciar el evento (Sánchez-Fernández, Barajas-Alonso & Alén-González; 2013).

Otro aspecto a tener en cuenta para que incide en la generación de turismo es la magnitud del evento. Se debe prestar atención a la magnitud que pueda presentar la celebración de tal práctica deportiva, ya que éste repercutirá con una mayor o menor influencia en el devenir económico-turístico de la localidad. Para ello, atendiendo a los eventos deportivos, para que una actividad deportiva pueda calificarse como tal, debe cumplir una serie de características que supongan un nivel de organización más elevado. Según Añó (2011) existen cuatro características que separan una actividad deportiva de un evento deportivo. Estas son las siguientes:

Repercusión social,

Nivel amplio de asistencia de público,

Presencia de los medios de comunicación,

Audiencia televisiva.

Estas condicionan la actividad física como evento deportivo, y a su vez están interrelacionadas entre sí, aunque en algunas situaciones específicas existan deportes que no tengan la suficiente repercusión en alguna característica concreta, pero poseen la suficiente solvencia como para categorizarlas como eventos deportivos. Siguiendo a este mismo autor, existen otras dos características que permiten diferenciar entre eventos deportivos y grandes eventos deportivos. Estas son:

Tipo de deporte,

Dificultad de la práctica.

Deportes como el fútbol cuentan con un número de seguidores y practicantes mucho mayor que cualquier otro tipo de deporte, frente a deportes cuya práctica es de un alto nivel técnico, que cuentan con un menor número de practicantes y en consecuencia, un menor seguimiento de las competiciones. Por último, el autor señala otras dos características fundamentales para considerar al evento deportivo como un mega-evento deportivo. Estas son:

Patrocinadores,

Ingresos propios privados (venta de entradas, derechos de retransmisión, merchandising...).

Aunque puedan considerarse como una única característica, estas últimas se diferencian en que, en la actualidad, todos los grandes eventos deportivos cuentan con el apoyo de grandes casas comerciales para su celebración, mientras que los ingresos propios percibidos por los eventos deportivos varían enormemente según la práctica deportiva.

Sin embargo, si consideramos los eventos de menor escala, éstos muestran un pequeño incremento en la llegada de turistas a la comunidad de acogida. Higham (1999) sugirió que los eventos deportivos a pequeña escala podrían dar como resultado unos efectos más positivos para las comunidades de acogida, por lo que la comunidad no debe desatender las competiciones deportivas de temporada regular.

Tabla 6. Diferencias entre mega eventos deportivos y competición regular.

	<i>Mega eventos deportivos</i>	<i>Competición regular</i>
Proceso de licitación	Principales costos asociados con el proceso de licitación. Gasto público de licitación inflado (en ocasiones a niveles agobiantes) por la corrupción y patrocinadores intereses políticos. La mejor oferta no es necesaria. El suministro de intereses políticos y de patrocinadores contribuye al éxito.	Menores gastos incurridos durante el proceso de licitación. En algunos casos, el proceso de licitación no se requiere en absoluto (por ejemplo, competiciones deportivas de temporada regular). La oferta más adecuada suele tener éxito.
Aspectos de desarrollo	Costos de desarrollo significativos asociados con eventos deportivos como los Juegos Olímpicos y Copa del Mundo de fútbol. Beneficios económicos asociados con los desarrollos de infraestructura recibidos por intereses empresariales y no por la comunidad de acogida.	Generalmente existe infraestructura. Se realiza dentro de los umbrales de capacidad de la ciudad anfitriona. Los costes de los desarrollos de infraestructuras suelen ser adecuados a la escala de la ciudad anfitriona.
Desarrollo de legado	Legado de instalaciones infrautilizadas y caras con deuda financiera asociada.	La mejora de las instalaciones (si es necesario) beneficia a los deportistas, espectadores y administradores.
Beneficios económicos	Dominado por grandes empresas y patrocinadores. Los residentes locales ven relativamente poco beneficio económico. Medios efectivos para obtener dinero del erario público y reubicarla en intereses privados.	Comunidad local más propensos a participar en los beneficios económicos positivos asociados con el deporte. Mucho menos carga sobre los fondos públicos.
Beneficios turísticos a corto plazo	Aumento a corto plazo del turismo compensado por el cambio de horario. Desplazamiento de turistas comúnmente asociados con mega eventos deportivos. Los "adictos al deporte" demuestran poco interés en probar el producto turístico más amplio en el destino.	Es probable que los visitantes sean viajeros más frecuentes que temporales. Ocurren menos desplazamiento de turistas si los deportes complementan la escala de la infraestructura de la ciudad anfitriona. Los turistas probablemente experimenten un producto turístico más amplio del destino.

2. El turismo deportivo

Tabla 6. (Continuación)

Beneficios turísticos a medio plazo	Retraso a mediano plazo en el turismo de larga distancia asociado a mega-eventos debido al cambio de horario.	Es poco probable que los patrones turísticos a medio plazo se vean influidos por el cambio de tiempo.
Imagen de destino	Mucho que perder debido a la mala publicidad, las limitaciones de capacidad, los costos financieros, el activismo político y el terrorismo.	La imagen de destino que está en juego no es tan alta. Gran potencial para que el turismo deportivo actúe como vehículo promocional si se reconocen las oportunidades.
Aspectos sociales	La aglomeración y la congestión de la infraestructura turística a menudo asociada con mega-eventos. Los residentes locales a menudo se excluyen de la participación en el evento debido al costo. Estilos de vida locales generalmente interrumpidos por mega-eventos y problemas de seguridad.	La aglomeración y la congestión infraestructural son menos probables si la escala de la ocasión es apropiada para la ciudad anfitriona. Mayor potencial de participación de los residentes locales en la ocasión deportiva.
Problemas con residentes locales:	El desplazamiento o la expulsión de residentes locales ocurre donde las ciudades están ansiosas de capitalizar la imagen de destino. Instalaciones desarrolladas a menudo en áreas socioeconómicas más bajas. Desplazamientos de la comunidad de acogida, desalojos, aumentos de tarifas y alquileres.	Impacto insignificante en los residentes locales. Impacto positivo en aquellos que deciden participar. Mayor nivel de acceso local a las ocasiones deportivas.
Cuestiones políticas	Posible secuestro del deporte como vehículo político.	Falta de escala e importancia para ser utilizado como un vehículo político.
Aspectos de seguridad	Costes de seguridad significativos y riesgos asociados con mega-eventos deportivos.	Problemas de seguridad insignificantes y costos financieros asociados con ocasiones deportivas.

Fuente: Adaptado de Higham (1999).

Es evidente que existen muchos beneficios asociados a la celebración de eventos, que hacen referencia a la promoción turística y las oportunidades económicas asociadas que la celebración de estos trae a la región (Fredline & Faulkner, 2000). Para el turismo de eventos deportivos, la tendencia ha sido de analizarlo desde el impacto económico que generan (Solberg & Preuss, 2005).

Por su parte, el apoyo del residente local ha sido considerado una parte esencial para la planificación y operación de eventos exitosos (Kim & Morrisson, 2005)

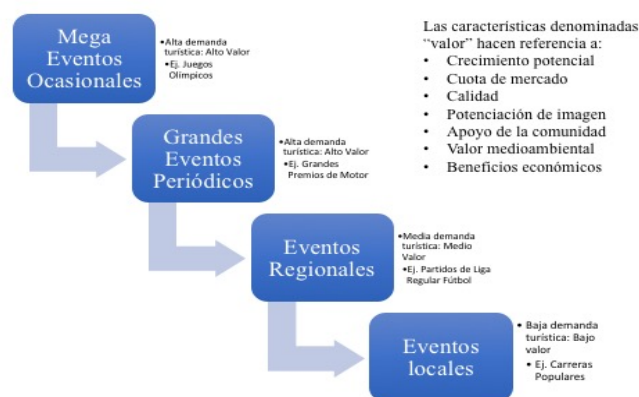


Figura 4. Demanda turística de eventos deportivo.
Fuente: Adaptado de Preus y Solberg (2006), Getz y Page (2016).

Los eventos son un agente motivador importante de turismo, y figura prominente en el desarrollo de los planes de marketing de los destinos. En muchas ocasiones, estos han devenido como plataforma principal para regeneración económica en muchas ciudades (Byrd, 2007).

En definitiva, podemos utilizar el deporte para hacer el producto turístico más atractivo. Al promocionar y desarrollar un producto más diversificado, se amplían las posibilidades de atraer nuevos nichos de mercado. Adicionalmente, algunos tipos de deportes o de eventos deportivos pueden atraer turistas durante los meses de temporada baja, que es cuando las infraestructuras turísticas están infrautilizadas, ayudando en la tarea de desestacionalización. Esto exige una planificación y en esa planificación se debe contar con la opinión de los residentes del destino turístico sobre sus percepciones del impacto económico, social y medioambiental del turismo.

**CAPÍTULO III. TEORÍAS Y
TIPOS DE IMPACTO SOBRE
TURISMO**

3.1 Teorías sobre turismo

Existen diferentes teorías que abordan el fenómeno turístico, pretendiendo dar una explicación de cómo se ha originado, identificando a los agentes implicados en el mismo, además de incidir en el papel relevante que el turista tiene en este ámbito. Igualmente, se han desarrollado multitud de modelos para teorizar la relación entre el desarrollo turístico y las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al desarrollo de la actividad turística en la comunidad (Teye, Sirakaya, & Sönmez, 2002).

Desde los años 70, un gran número de teorías han surgido para explicar la naturaleza de las percepciones de los residentes de una localidad hacia los impactos del turismo, tales como el denominado modelo de compensación y conflicto (Bystrzanowski, 1989), modelo de actitud de valor y los modelos de actitud-conducta de valor (Lindberg & Johnson, 1997; Madrigal, 1995) modelos de atribución (Pearce 1998), modelos de teoría de la representación social (Madrigal, 1993; Pearce, et al., 1996), modelo sobre la teoría de la capacidad de carga social (Saveriades, 2000) y modelo sobre la teoría de la dependencia (Britton, 1989), teoría de la máquina de crecimiento (Madrigal, 1995), o teoría de dependencia propuesta por Preister (1989) entre otros.

De ellos, los modelos más ampliamente utilizados para explicar las percepciones de los residentes de un lugar de acogida turística son el modelo Irridex (Doxey, 1975), el modelo de ciclo de vida del área turística (Butler, 1980), la teoría del intercambio social (Ap, 1992) o la

teoría de la máquina de crecimiento y el apego comunitario (Harrill & Potts, 2003). Estos modelos basados en etapas, describen cómo cambian las reacciones de los residentes al turismo en respuesta a los cambios en la magnitud y características que este tiene sobre en la comunidad.

3.1.1 Irridex model

Uno de los primeros modelos fue el denominado por Doxey (1975) como el modelo Irridex. Este desarrolló una serie de indicadores que permitieran representar la interacción del turista con los residentes del lugar, mediante el actitudes de estos últimos. Así, su modelo está compuesto por cuatro actitudes anímicas:

- Euforia (encantado con el contacto del turista).
- Apatía (creciente indiferencia con un mayor número de turistas).
- Molestia (preocupación por comportamiento un agresivo, subida de precios, quebrantamiento de normas culturales, etc.).
- Disconformidad (agresiones abiertas o encubiertas contra los turistas).

El Modelo Irridex sugiere que a medida que el turismo se desarrolla en un destino con aumentos de capital e incremento de visitantes, los residentes se pasan de manifestar un estado de euforia en el que los turistas son bienvenidos, hacia una condición de apatía, donde muestran cierta indiferencia con la llegada de turistas, lo que puede convertirse

en molestia, y más tarde, pasar a una etapa antagónica o de disconformidad. En esta última etapa, los residentes se manifestaran descontentos con las masas de turistas, desarrollando estereotipos negativos y comenzando a actuar de manera hostil hacia los visitantes. La aparición de actitudes negativas con los impactos turísticos puede indicar que los residentes están entrando en las etapas de molestia y disconformidad. La implicación es que, con el tiempo, los anfitriones estarán expuestos a niveles continuos (y probablemente crecientes) de impactos negativos (Suess, 2014).

Varios estudios han desarrollado este modelo (Page & Hall, 2014), lo que ha permitido atisbar que, estos tienden a ser excesivamente simplistas, ignorando la diversidad de lazos comunitarios y el innegable potencial del turismo para impactar a varios subgrupos de diferentes maneras. Sin embargo, su valor radica al destacar el hecho de que los impactos sociales negativos llevarán a la insatisfacción de los residentes. (Vargas-Sánchez et al., 2011).

3.1.2 Tourism Area Life Cycle

Por su parte, Butler (1980) propuso que los progresos del sector turístico surgían a través de una serie de etapas, a las que denominó: de exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y disminución.

En ese sentido, manifiesta que los destinos turísticos tienen un carácter dinámico, pues que estos siguen un “ciclo de vida”, los cuales se adaptan y transforman en respuesta a los cambios de demanda y oferta,

así como a los desafíos que surgen en un entorno turístico cada vez más global.

Por lo tanto, este modelo implica que a medida que aumenta el número de turistas, es probable que el impacto de este en la comunidad anfitriona se incremente, y en consecuencia las posibles molestias ocasionadas de la actuación del mismo. Sin embargo, sugiere que para realizar una explicación minuciosa de la reacción de los residentes es algo mucho más complejo, puesto que hay que tener en cuenta no sólo las características propias del turismo, sino también las características de la comunidad de acogida y de la propia región.

Varios estudios han analizado las percepciones de los residentes desde una perspectiva variable en la comunidad de acogida (Colantonio & Potter, 2006; Upchurch & Teivane, 2000). Por su parte, Brougham y Butler (1981) indicaron que este modelo puede resultar útil con el objetivo de demostrar que los impactos asociados a la acogida del turismo son multifacéticos.

3.1.3 Teoría del intercambio social.

La teoría de intercambio social ha sido considerada uno de los marcos más apropiados para comprender las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo (Ap 1990; Perdue, et al., 1990). Según Ap (1992), esta teoría ha sido una evolución de los trabajos realizados previamente por autores como Blau (1964) o Emerson (1976).

A pesar de que esta teoría data de principios de los años 20 del siglo pasado (Malinowski, 1920), es de las teorías más utilizadas en la

actualidad. En una primera aproximación, Sutton (1967) definió el intercambio social como las interacciones sociales que se producen durante un viaje entre anfitriones y huéspedes. Por su parte, Ap (1992) señala desde una perspectiva sociológica, cómo esta teoría surge de la necesidad de comprender el intercambio de recursos que se produce entre individuos o grupos en una situaciones de interacción.

Ap y Crompton (1998), desarrollaron un modelo explicativo con el objetivo de comprender el desarrollo de la percepciones hacia el turismo por parte de los residentes en la acogida del turismo por parte de la comunidad.

Numerosos estudios han confirmado que las actitudes de los residentes hacia las percepciones sobre el turismo y sus impactos pueden ser explicadas utilizando teoría de intercambio social (Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Andriotis, 2005; Andriotis & Vaughan, 2003; Ap, 1992; Getz, 1994; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Lindberg & Johnson, 1997; McGehee & Andereck, 2004; Nunkoo, Gursoy & Juwaheer, 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Pearce, et al., 1996; Perdue, et al., 1990; Teye, et al., 2002; Yoon, Gursoy & Chen, 2001)

Una de las ventajas de utilizar la teoría de intercambio social reside en que esta puede dar explicación a ambos tipos de percepciones, positivas y negativas, así como examinar las relaciones de los residentes tanto a nivel individual como colectivo.

3. Teorías y tipos de impactos sobre turismo.

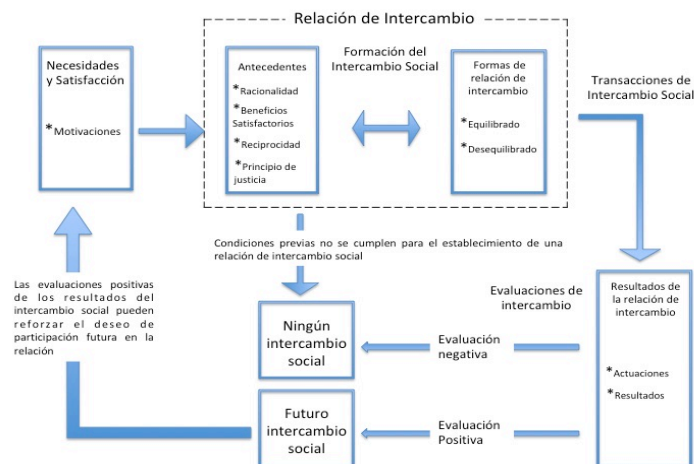


Figura 5. Representación de la Teoría del Intercambio Social.
Fuente: Adaptado de Ap (1992).

Por lo tanto, la teoría del intercambio social es considerada como un enfoque conceptual sociológico importante para el estudio de las relaciones entre turismo y comunidad, y se preocupa por entender el intercambio de recursos entre las dos partes en una situación de interacción, donde los objetos ofrecidos para el intercambio tienen valor, son mensurables y hay una gestión mutua de recompensas y costos entre los actores. (Andriotis, 2005).

Ámbito turístico deportivo

Los motivos por los que el campo del turismo deportivo no ha progresado tan rápido como se esperaba puede deberse a que la inmensa mayoría de las contribuciones se han centrado en teorías generales y no en teorías del turismo deportivo (Gammon et al., 2017; Gibson 2017). En otras palabras, aunque en el turismo en general ha ido aumentando la literatura existente en la que se destaca la relevancia de numerosas teorías, en el caso del turismo deportivo, se han generado un número

considerablemente menor de estudios que han utilizado la teoría para ayudar a revelar su esencia y los principios resultantes. Esto no quiere decir que la aplicación de nuevas teorías al turismo deportivo sea menos importante, sino más bien advertir que el turismo deportivo no debe ser utilizado como un medio para apoyar una teoría, en lugar de ser utilizado como un medio para revelar algo nuevo sobre el campo. (Gammon et al., 2017).

3.2 Tipos de Impacto del Turismo Deportivo

El crecimiento del turismo a nivel mundial y la creencia que lo coloca como una de las industrias más importantes durante próximas generaciones, impulsa que se preste atención a los impactos deducidos de la actividad y las consecuencias que este tiene en las comunidades recipientes de esta.

Debido a ese crecimiento, los gobiernos reconocen el turismo como una industria de futuro, esperando que los beneficios resultantes de esta actividad sobrepasen los costes (Gursoy & Rutherford, 2004; Kaplanidou, 2012; Ma & Kaplanidou, 2017; Nunkoo et al, 2010; Roselló et al., 2005). La realidad es que, a medida que el turismo afecta de manera local, regional o estatal, el grado de influencia de los impactos generado por este va aumentando, lo que permite que el turismo continúe creciendo internacionalmente (Nunkoo & Smith, 2013; Sharpley, 2014). Por lo tanto, se estima necesario dar un significado al desarrollo del turismo como medida para anticipar

cambios e impactos, y redirigir consecuencias y conflictos que pueda causar el desarrollo la actividad turística para localidad.

Tipos de impacto

Tal y como indica Chandralal (2010), los impactos asociados al turismo se han investigado, normalmente, desde una perspectiva económica y medioambiental, asimismo, es también frecuentemente investigado los impactos socioculturales asociados a esta actividad.

Con todo ello, Williams y Lawson (2001) define tres categorías de impacto, estos son: económico, social y ambiental físico/mental. Por otro lado, muchos autores coinciden en identificar los impactos económicos, físicos o del entorno y los impactos sociales, (Ap & Crompton, 1998) así como los impactos medioambientales y culturales (Almeida-García et al., 2015; Canalejo, Soto & Guzman, 2012; Látková & Vogt, 2012).

Por su parte, Cooper (1995), señala que los impactos asociados al turismo se distinguen en: económicos, políticos, socioculturales, medioambientales y ecológicos.

Otras investigaciones como la realizada por Kreag (2001) identifica siete tipologías de impacto asociados al turismo. Estas son: económicos, medioambientales, socioculturales, de congestión, de servicios, de impuestos y actitudes de la comunidad.

De manera similar, Ritchie, Burns y Palmer (2005) diferenció en siete tipos de impactos los asociados al turismo. Estos se clasifican en

económico, físicos, socioculturales, psicológicos, políticos y turístico/comerciales.

Por su parte, Fredline, Raybould, Jago y Deery (2005) clasifican estos impactos en económicos, medioambientales y sociales. Por su parte Hritz y Ross (2010) en su estudio sobre los impactos recibidos por los residentes en Indianápolis (EEUU) revelaron tras realizar el análisis factorial exploratorio que los impactos asociados al turismo, concretamente al turismo deportivo, pueden ser estructurados en cuatro factores: beneficios sociales, beneficios ambientales, beneficios económicos e impactos negativos generales.

En ocasiones, estos impactos asociados al turismo plantean cuestiones sobre la capacidad de una localidad de acoger turistas, así como el crecimiento y evolución asociados a este hecho. Asimismo, indica Wood (2011), estas cuestiones están relacionadas con la actividad turística desarrollada, las diferencias, tanto económicas como culturales entre los turistas y los residentes o la capacidad de la comunidad de adaptarse a las peculiaridades turísticas sin quebrantar las actividades culturales.

Estos impactos, además están influenciados por otros factores propios de cada comunidad. Entre ellas, destacan la influencia de algunas características sociodemográficas en las percepciones de los residentes como son la edad (Huh & Vogt, 2008; Sinclair-Maragh, 2017), el sexo (González-García et al., 2016; Nunkoo & Gursoy, 2012), la distancia de la residencia a la zona turística (Rasoolimanesh, Jaafar, Kock & Ramayah, 2015; Vargas-Sánchez et al., 2011), el nivel de contacto de

estos con los turistas (Andereck et al., 2005; Wang & Pfister, 2008), el nivel académico de los residentes (Almeida-García et al., 2015; Andriotis & Vaughan, 2003), el nivel de desarrollo turístico de la localidad (Plog, 2001), así como la dependencia económica de esta sobre la industria turística (Andereck & Nyaupane, 2011; Brunt & Courtney, 1999; Tosun, 2002).

Asimismo, también se han encontrado influencia de otras características sociodemográficas más específicas en las percepciones de los residentes sobre el turismo, como son el haber nacido en la comunidad (Ap & Crompton, 1998; Sinclair-Maragh, 2017), el tiempo de residencia en la localidad (González-García et al., 2016; Gursoy, Chi & Dyer, 2010) o el grado de concentración turística en la zona (Hao, Long & Kleckley, 2011). Además, otros factores que condicionan los impactos asociados al turismo en una localidad son: la capacidad que tengan las comunidades de acogida de utilizar los recursos turísticos, el sentimiento de pertenencia hacia la comunidad o el compromiso con esta (Fredline, 2004; Fredline & Faulkner, 2000).

Por su parte (Bartolomé, Ramos & Rey-Maqueira, 2009) señalan que la repercusión que ejerza el turismo sobre las comunidades depende del tipo de turismo que se practique (individual, en grupo, itinerante, etc.), del motivo del viaje (cultural, de sol y playa, rural, o de aventura), así como el nivel de desarrollo económico de la localidad que acoge la actividad turística.

No todo el mundo en una comunidad anfitriona percibe los impactos de turismo en la misma manera. A finales de la década de 1980,

Krippendorff (1987) sugirió que las opiniones, creencias, y expectativas resultantes del turismo puede ser bastante diferentes dependiendo de la población general o grupo particular analizado. Por su parte, Chen y Raab (2009) descubrieron que los residentes generalmente no están tan informados sobre los diferentes tipos de turistas que visitan su localidad y por tanto no son capaces de ofrecer una opinión sobre los tipos de impactos que este pudiera ocasionar.

La actividad turística, incluyendo concretamente la relacionada con la actividad física y el deporte, posee un importante potencial que permite enriquecer las vidas de los residentes de la comunidad, proporcionando entre otras, oportunidades sociales y recreativas adicionales (Gibson 2017; Weed, 2008).

3.2.1 Impacto Económico

En términos económicos, el turismo toma una forma de consumo de bienes y servicios, y por lo tanto proporciona un impacto directo e indirecto sobre el empleo y las oportunidades de emprendimiento dentro del sector.

Tal y como indican Brookshire, Thayer y D'Arge (1982), los impactos económicos sobre la localidad se centran en tres líneas principales:

1. Un impacto directo en el cual, se produce con la compra de un producto o servicio
2. Un impacto indirecto, sobre las industrias que giran en torno a ese servicio o producto

3. Un impacto inducido, en referencia a los salarios y empleos que genera ese servicio o producto y, por tanto, al consumo.

Los impactos económicos asociados a la actividad turístico activo-deportiva, han tenido una incidencia notable en la relación entre estos elementos (Gursoy et al., 2010; Kurtzman, 2005a; Nunkoo & Ramkisson, 2012; Salgado-Barandela, Barajas, Lera-López & Sánchez-Fernández, 2013), incurriendo en su incidencia sobre las comunidades que desarrollan este tipo de actividad.

Asimismo, el turismo está comúnmente asociado a nuevas oportunidades de empleo para residentes locales (Diedrich & García-Buades, 2009; Incera & Fernández, 2015), generando una importante fuente de ingresos (Andereck & Nyaupane, 2011) así como la creación de oportunidades de negocio en la localidad (Fredline, 2002; McDowall & Choi, 2010), circunstancias que derivan de una potenciación de la economía local (Sharma, Dyer, Carter & Gursoy, 2008).

De manera similar, los impactos del turismo en la localidad, se traducen en una mejora de infraestructuras e instalaciones (Andereck et al., 2005), que se traslada en un incremento de la calidad de vida de los residentes (Oviedo-García, Castellanos-Verdugo & Martín-Ruiz, 2008; Xu, Barbieri, Anderson, Leung & Rozier-Rich, 2016; Yoon et al., 2001).

A su vez, existen impactos negativos asociados al desarrollo del turismo como puede ser el incremento del coste de vida (Bujosa-Bestard & Rosselló-Nadal, 2007; Látková & Vogt, 2012; Rasoolimanesh, et al.,

2015) y a su vez que puede afectar a la temporalidad laboral y el desempleo (Bujosa-Bestard & Roselló-Nadal, 2007), unido a un incremento de la inflación de precios (Deery et al., 2004; Gutiérrez-Taño, 2010).

Por su parte, Barrado y Calabuig (2001), señalan que los impactos económicos pueden tener incidencia tanto positiva como negativa, proponiendo como positiva al alto nivel de ingresos, al fomento de otras ramas económicas o al desarrollo de nuevas infraestructuras en la zona. Por otra parte, los autores inciden en el peligro o tendencia al monocultivo (centralización en un único sector), las diferencias de rentas en los beneficios o la tendencia a discriminar al residente local como posibles impactos negativos asociados al sector turístico activo-deportivo.



Figura 6. Impactos económicos asociados al turismo activo-deportivo.
Fuente: Barrado y Calabuig (2001).

3.2.2 Impacto Cultural

El impacto cultural que posee el turismo sobre una comunidad repercute en las experiencias que pueden generar determinados productos generados por la actividad turística. Tal y como indica Craik (1995), los indicadores culturales asociados al turismo son una herramienta que permite utilizar el turismo como parte de una estrategia de desarrollo comunitaria.

Asimismo, esta autora distingue tres elementos diferenciados relacionados con la actividad turística:

- 1) Los fundamentos culturales del producto turístico
- 2) El efecto de las percepciones y experiencias que surgen a través del turismo
- 3) Las consecuencias culturales que el desarrollo turístico tiene sobre las comunidades.

Por su parte, el deporte representa un tipo único de atracción turística cultural (Higham & Hinch, 2003). Los impactos culturales asociados al turismo deportivo han sido analizados desde el estímulo que este ejerce en nuevas actividades culturales (Andereck & Vogt, 2000; Xu et al. 2016) o la preservación de valores culturales (Andereck et al., 2005; Jaafar Noor & Rasoolimanesh, 2015), que puede derivar hacia un incremento en el orgullo y la identidad cultural de los residentes (Casimiro & Añó, 2006; McGehee & Andereck, 2004). Este hecho produce un intercambio entre turistas y residentes (Caiazza & Audretsch, 2015; Deery, Jago & Fredline, 2012).

Por su parte, el desarrollo del turismo puede acaecer una pérdida de la identidad debido a la cultura desarrollada por la comunidad (Choi & Murray, 2010) o la incompatibilidad de los valores e incapacidad de adaptarse a los hábitos, estilos de vida y actitudes de los diferentes grupos turísticos (Craik, 1995).

El turismo puede cambiar la cultura del destino turístico. Algunos elementos de las tradiciones y la producción cultural de una sociedad pueden ser modificadas en parte debido a la experiencia turística. A su vez, este hecho puede tener un efecto revitalizante en la cultura (Zaidan, 2016). La actividad turística puede aportar instrumentos para el mantenimiento, renovación o construcción de expresiones culturales, y, a su vez, puede colaborar en procesos que comporten el hundimiento de otras (Brida, Riaño & Zapata-Aguirre, 2012).

3.2.3 Impacto Político-Administrativo

Por lo que respecta al impacto político-administrativo de la actividad turística en una comunidad, se derivan impactos positivos como una mayor representación de los intereses colectivos, así como una mayor contribución al desarrollo sostenible (Dumitru, 2012; Hall, 2004) o negativos, como una política ineficaz, generando una excesiva burocracia y autopromoción política (Beni, 2006; Fletcher & Morakabati, 2008; Saha & Yap, 2014).

Según Fredline (2005), existen dos razones por la que es imperativo que los gobiernos gestionen correctamente los impactos de turismo en la comunidad. En primer lugar, indica la autora que existe una obligación

moral para los gobiernos en intentar asegurar la sostenibilidad en cualquier actividad que promuevan y apoyen, y que, asimismo, esta actividad no tenga implicaciones negativas para la calidad de vida de residentes. Y, en segundo lugar, los residentes a menudo juegan una parte importante entorno al turismo, y multitud de ocasiones, el éxito comercial del producto es dependiente al apoyo de la comunidad local implicada. Este apoyo decaerá si los residentes perciben los impactos negativos a sobrepasan a los positivos (Weed & Bull, 2012).

3.2.4 Impacto Social

Por su parte, el impacto social sobre la comunidad asociado al turismo deportivo se asocia a los cambios de las normas y valores, morales y sociales (Bull & Lovell, 2007; Gibson, 2006; Weed & Bull, 2012).

En una primera aproximación, Olsen y Merwin (1977) identifican los impactos sociales desde una perspectiva de transformaciones estructurales y de funcionamiento, que se producen de manera ambiental, tecnológica y social. Por otra parte, desde un punto de vista orientado hacia el sector turístico. Por su parte, Ohmann, Jones y Wilkes (2006) destacan que los impactos sociales son aquellos producidos a corto plazo, manifestándose de manera inmediata en la comunidad de acogida.

Desde otro punto de vista, Wall y Mathieson (2006) sugieren que los impactos sociales del turismo hacen referencia a los cambios en la calidad de vida de residentes de los destinos turísticos y más recientemente, Balduck, Maes y Buelens (2011) definen los impactos

sociales como aquellos en los que el turismo y los efectos que se asocian al viaje, cambian los patrones de comportamiento y los valores individuales, así como los estilos y la calidad de vida de una localidad.

Los impactos sociales son comúnmente asociados con una influencia positiva en los servicios ofrecidos por la comunidad a sus habitantes (Andereck et al., 2005), permitiendo crear nuevas oportunidades de ocio (Andereck & Nyaupane, 2011; Woosnam, Norman & Ying, 2009)

Por otra parte, los impactos sociales también pueden estar asociados a otros hechos más negativos, como son la producción de la congestión urbana (Látková & Vogt, 2012; Ritchie & Adair, 2004; Yürük, Akyol & Simsek, 2017), el incremento de la inseguridad ciudadana (Andereck et al., 2005; Sharma et al., 2008), el hacinamiento en determinadas localidades (Fredline, 2002; Mao & Huang, 2016; Yürük et al., 2017) o instalaciones públicas (Deery et al., 2012; Sharma et al., 2008), la contaminación ambiental y acústica (Añó, Duclos & Pablos, 2010; Duclos, 2012).

En consecuencia, este hecho repercutirá en una disminución de la hospitalidad ofrecida por el residente (Woosnam et al., 2009) y verá afectada la relación entre turista y residente (Choi & Murray, 2010; Duclos, 2012; Frauman & Banks, 2011) así como una falta de consideración por la comunidad local (Fredline & Faulkner, 2000).

Barrado y Calabuig (2001), marcan los impactos sociales desde un enfoque negativo, asociando conflictos, pérdida de identidad, bloqueo del desarrollo económico o dependencia económica como factores que

afectan a los residentes debido al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva.

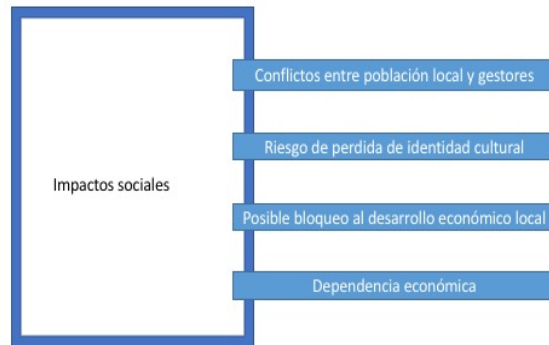


Figura 7. Impactos sociales.
Fuente: Barrado y Calabuig (2001).

3.2.5 Impacto Medioambiental

El paisaje es la principal razón por la que el turismo existe y puede afectar su fortaleza económica (Krippendorf, 1987; Teti, 2009), por lo que los efectos ambientales del turismo son inherentes a la propia actividad.

El sector turístico, especialmente en el sector del deporte activo, cuyas actividades se desarrollan en la naturaleza, tiene una gran responsabilidad en su relación con el medio ambiente. A veces, estas actividades pueden ser agresivas con los recursos naturales si no se llevan a cabo en los lugares adecuados y con las medidas necesarias para asegurar que no tengan un impacto negativo en el medio ambiente (Dyer, Gursoy, Sharma, & Carter, 2007).

Según Inskeep (1993), para que se produzca un desarrollo turístico satisfactorio, este tiene que ser diseñado y gestionado de manera sostenible. Por ese motivo, diferentes estudios han abordado los impactos ambientales asociados a la actividad turística.

En cuanto a los impactos ambientales asociados al desarrollo turístico, varios estudios indican que estos presentan un refuerzo para la preservación de los recursos naturales y la mejora de diferentes aspectos asociados al medio ambiente (Andereck & Nyaupane, 2011; Perdue et al., 1990).

Por el contrario, otros trabajos inciden en la generación de contaminación relacionada con la actividad turística (Gutiérrez-Taño, 2010; Látková & Vogt, 2012; Nunkoo & Ramkissoon, 2011) o una disminución del hábitat natural disponible (Frauman & Banks, 2011).

Tal y como señala Barrera y Bahamondes (2012), la importancia del turismo dentro del marco de la sostenibilidad, a pesar de intensificarse los impactos negativos, si estos se plantean dentro de unos márgenes apropiados, podría aportar calidad al intercambio entre residentes y turistas, preservando y manteniendo de esta forma el ambiente, así como la cultura de las localidades y el bienestar económico y social de los residentes.

La conservación del medio ambiente de la naturaleza a nivel municipal, en relación con la planificación turística también hacia la gestión sostenible del medio ambiente, se enfrenta a veces con el deseo de los

agentes asociados a la actividad turística de operar sólo siguiendo los principios del desarrollo económico (Page & Hall, 2014).

Por este motivo, es imprescindible no sólo sensibilizar a los empresarios sobre los principios de sostenibilidad ambiental, sino también animar a los gobiernos a actuar, regulando estas actividades con aletas cada vez menos dañinas para el entorno natural en el que se desarrollan (Lee, 2013).

La mejora de la innovación y del comportamiento medioambiental en el sector turístico es esencial, y las empresas turísticas suelen ser las que llevan a nuevos enfoques, aunque se requiere legislación, ya que la autorregulación y la certificación ecológica resultan ineficaces (Buckley, 2012).

A pesar de esta incertidumbre, es evidente que el turismo tradicional está aún lejos de ser considerado sostenible, por lo que es necesario poner en marcha políticas que apoyen el desarrollo sostenible del destino. (Simpson, 2008; Yoon et al., 2001).

Por su parte, Barrado y Calabuig (2001), denominan los impactos medioambientales como impactos ecológicos. Los autores indican que la actividad turístico activo-deportiva pueden tener incidencia en el medioambiente en general, así como en factores como pueden ser la erosión del suelo, la pérdida de recursos como la flora y la fauna, la contaminación, los problemas con el abastecimiento de energía o la evacuación de residuos.

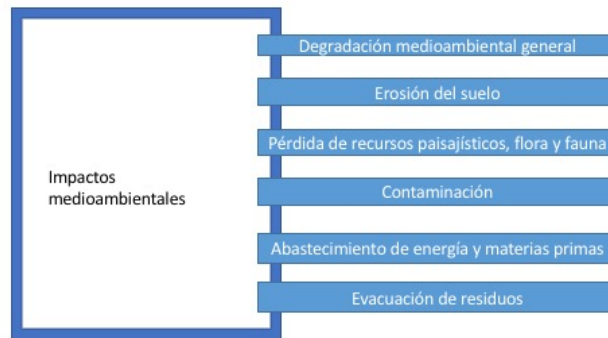


Figura 8. Impactos medioambientales.
Fuente: Adaptado de Barrado y Calabuig (2001).

3.4 Calidad de Vida

La investigación relacionada con la calidad de vida es un campo de estudio emergente en las ciencias sociales, en las ciencias del comportamiento y en las ciencias ambientales y políticas durante las últimas décadas. Se considera una derivación del movimiento de indicadores sociales originado por primera vez en economía y sociología (Uysal, Sirgy, Woo & Kim, 2016). El ímpetu detrás del movimiento de los indicadores sociales se basa en la premisa de que las medidas económicas tradicionales del desarrollo social no pueden ser equiparadas con los indicadores más importantes del desarrollo que capturan el bienestar subjetivo (es decir, satisfacción con la necesidad, satisfacción de la vida, valor percibido o felicidad) según Woo, Uysal & Sirgy (2018). Basado en el análisis anterior, se puede argumentar que la calidad de vida se ha convertido en un tema de discusión importante en los últimos años (Andereck & Nyaupane, 2011; Andereck,

Valentine, Ko & Stewart, 2002; Nawijn & Mitas, 2012; Uysal et al., 2016; Vogt & Knopf, 2007; Woo et al, 2018).

Definir calidad de vida resulta complicado porque es una experiencia subjetiva que depende de las percepciones y sentimientos individuales (Uysal, Perdue & Sirgy, 2012). Señala Kim (2002) que calidad de vida se refiere a una satisfacción viviente y a los sentimientos de satisfacción o satisfacción con la propia experiencia en el mundo. Es lo que ven las personas, o lo que sienten sus vidas, sobre como los impactos afectan a la satisfacción de la vida individual o familiar, incluyendo la satisfacción con la comunidad, el vecindario y las circunstancias personales (Suess, 2014).

Uysal et al., (2012) en el libro titulado “Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities”, proponen que, dentro del pleno funcionamiento del sistema turístico, podemos encontrar dos modelos que deberían considerarse al examinar las actividades turísticas y sus consecuencias desde el punto de vista de los sistemas.

El primer modelo se centra en el impacto de las variables turísticas sobre el bienestar de los turistas. Específicamente, el enfoque clave en este modelo es cómo las experiencias de los turistas contribuyen a la calidad de vida, cómo se puede predecir la calidad de vida del turista a través de las características turísticas, las características del viaje, la satisfacción con la vida en general y el ciclo de vida del consumo (Uysal, et al., 2012). Seguidamente, se explica un segundo modelo se centra en el impacto de las variables relacionadas con el turismo sobre

el bienestar de los residentes de la comunidad anfitriona y otras partes interesadas. Este modelo describe cómo los residentes ven sus condiciones de vida y cómo estas condiciones impactan el sentido de bienestar en varios condicionantes de vida y la vida en general (Uysal et al., 2016; Woo, Kim & Uysal, 2015).

El turismo, no sólo afecta a las actitudes de los residentes hacia el desarrollo del turismo, sino también a su calidad de vida en general (Liburd, Benckendorff & Carlsen, 2012). La razón es que una vez que una comunidad se convierte en un destino turístico, la calidad de vida de los residentes locales también se ve afectado por el desarrollo del mismo. Como tal, la calidad de vida de los residentes en una comunidad es una preocupación importante para los líderes comunitarios (Moscardo, 2012; Uysal, et al., 2016), y el propósito general de desarrollar el turismo se convierte en una meta para mejorar la calidad de vida de los residentes al abordar los beneficios económicos, sociales, culturales, recreativos, así como otros beneficios del turismo (Añó, 2011; Kerstetter & Bricker, 2012; McCool & Martin, 1994; Peters & Schuckert, 2014). En ese sentido, encargados de la planificación, desarrollo y gestión gubernamental, así como los promotores comunitarios, han tomado cada vez más en cuenta la calidad de vida de los residentes a la hora de desarrollar políticas de desarrollo turístico.

Dentro del análisis sobre la calidad de vida de los residentes en comunidades turísticas, Uysal, et al. (2016) destacan que la investigación se ha dirigido dentro de tres categorías diferenciadas: (1) identificar a los mediadores entre el impacto del turismo y la calidad de

vida; (2) comparar diferentes tipos de residentes comunitarios; y (3) investigar a los residentes.

Sobre la base del análisis anterior, se puede deducir que, en primer lugar, el impacto del desarrollo turístico juega un papel importante en la calidad de vida de los residentes de la comunidad (Andereck et al., 2005; Oviedo-García et al., 2008; Yoon et al., 2001; Xu et al., 2016). En general, la investigación indica que el impacto del turismo tiene dimensiones tanto positivas como negativas. Esas dimensiones positivas contribuyen positivamente a mejorar la calidad de vida de los residentes, mientras que las dimensiones negativas reducen la calidad de vida. En segundo lugar, no todos los residentes perciben el impacto del turismo de manera similar. Aquellos que se benefician directamente del turismo a través del empleo tienen más probabilidades de apoyarlo y reportar mayores niveles de calidad de vida en comparación con otros residentes no afiliados al turismo. Además, algunas investigaciones indican que las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo y su calidad de vida pueden diferir entre atendiendo a diversas variables sociodemográficas tales como el tipo de residencia o el nivel de ingresos, el nivel de contacto con los turistas o si la ocupación de estos está relacionada con el turismo. En tercer lugar, las percepciones y actitudes de los residentes hacia el turismo, así como su calidad de vida, tienden a diferir dependiendo del nivel de desarrollo turístico, con la mayoría de los beneficios acumulados en las primeras etapas del desarrollo.

Tal resultado sugiere que los residentes pueden percibir el desarrollo

turístico como beneficioso para su calidad de vida. En esta línea, Andereck y Vogt (2000) encontraron que la calidad de vida era un predictor significativo de apoyo al desarrollo del turismo para algunas comunidades.

Una mejora en la calidad de vida puede verse a través del desarrollo de productos turísticos que también pueden ser disfrutados por los residentes, como festivales, restaurantes, atracciones naturales y culturales, así como oportunidades de recreación al aire libre. También se puede ver a través de un mayor nivel de vida personal a través de la creación de empleo y el aumento del impuesto sobre la renta que resulta en un retorno de los servicios a los residentes (Andereck & Nyaupane, 2011).

3.5 La Imagen de la localidad.

Los destinos turísticos necesitan interactuar constantemente con los grupos de interés, los denominados stakeholders, por motivos como el desarrollo de una imagen positiva, con el objetivo de atraer a los visitantes, obtener fondos de las instituciones pertinentes para actividades de desarrollo turístico o buscar apoyos de los residentes locales en relación con los proyectos de desarrollo turístico. (Ashworth & Kavaratzis, 2009; Elliot, Papadopoulos & Kim, 2011).

Cuando se habla de la imagen del lugar, indican Kotler, Bowen, y Makens (2009), que se hace referencia a la suma de las creencias o ideas cognitivas que la gente tiene de un territorio concreto. Estas ideas cognitivas tienen la capacidad de fortalecer la imagen del lugar como

destino adecuado, lo que conllevará al consiguiente aumento del número de visitantes y, por lo tanto, un incremento de ingresos turísticos, así como de la satisfacción de los turistas (Chi & Qu, 2008). Este hecho sugiere la existencia de una correlación entre una imagen positiva de destino y los gastos del visitante (Arnegger & Herz, 2016). Diversos estudios han asociado los beneficios de determinadas zonas turísticas con la imagen que se posee de este destino (Andereck et al., 2005, Mao & Huang 2016; Page & Hall, 2014). Es por ello, que las estrategias de marketing de destino se utilizan a menudo para comunicar imágenes específicas seleccionadas de un destino para influir en las decisiones de viaje de los visitantes potenciales (Nelson, 2005).

La imagen de destino obtenida por turistas ha sido ampliamente investigada mediante el Modelo de Continuo Psicológico (MCP) (Funk, Toohey & Bruun, 2007) que proporciona un enfoque holístico con el objetivo de examinar la imagen de destino percibida por los turistas. Este MCP emplea tres procesos evaluativos -conciencia, atracción y apego-. El proceso de conciencia se produce cuando se evalúan los factores externos (como el marketing, la socioculturalidad, los medios de comunicación...) y crea un conocimiento general y la construcción de una perfil de destino; sin embargo, en esta fase aún no se ha producido un efecto positivo (Filo, Funk & O'Brien, 2009). Seguidamente, el proceso de atracción se produce cuando la evaluación de los atributos del destino incorpora factores internos (características personales y motivos psicológicos) que desencadenan un efecto

positivo. Este deseo de visita se produce porque el individuo percibe que el destino proporciona la oportunidad de satisfacer necesidades y recibir beneficios (Crompton, 1979). Finalmente, el proceso de apego ocurre cuando la evaluación del destino adquiere un significado funcional, emocional y simbólico. El procesamiento continuo del apego a lo largo del tiempo puede llevar a la fidelidad, ya que la evaluación del destino se convierte en duradera.

Por su parte, Baloglu y McCleary (1999), destacan que los atractivos del destino se pueden identificar mediante diferentes características. Señalan los autores que los atractivos culturales/históricos, naturales, los eventos, así como los deportes y recreación son aspectos llamativos en la localidad. Asimismo, haciendo referencia a la imagen de destino, diversos estudios asociados a la competitividad de las localidades, incluyen como "atributos" diferentes factores como el clima, el ambiente, el confort, la seguridad, los lugares de interés turístico, la comida, las playas, las compras, la infraestructura turística, la facilidad de comunicación, la calidad del servicio, la amabilidad de los residentes, el costo y la diversión (Ap & Crompton, 1998; Henkel, Henkel, Agrusa, Agrusa, & Tanner, 2006; Qu, Kim & Im, 2011).

Desde el punto de vista del residente, la imagen del lugar de residencia tiende a centrarse en atributos funcionales y experienciales (Stylidis, Biran, Sit & Szivas., 2014). En comparación con los turistas, los residentes locales tienen conexiones más profundas con un lugar, son más conscientes y se ven más afectados por los impactos

(Papadimitriou, Apostolopoulou & Kaplanidou, 2015; Stylidis et al., 2014).

Una buena imagen de la localidad, creará demanda para ser visitada por los turistas, circunstancia que podría provocar orgullo a los miembros de la comunidad (Añó, 2011; Casimiro & Añó, 2006; Duclos, 2012; Parra et al., 2012). Por ese motivo, si los residentes locales están de acuerdo en que sus comunidades sean bien reconocidas y presenten una imagen positiva como resultado de las actividades turísticas desarrolladas, será como circunstancia de informar y permitir que los residentes locales participen en el proceso de planificación turística; manteniendo la infraestructura local y manteniendo la comunidad ordenada; a través de un mercadeo apropiado que creará una imagen comunitaria atractiva (Scholtz & Slabbert, 2018).

3.6 El apego de la comunidad.

El concepto de apego comunitario ha recibido atención de la literatura relacionada con la investigación turística. McCool y Martin (1994, p. 30) establecieron un primer punto de referencia al definir el apego comunitario como: "el grado y patrón de participación social en la comunidad, y el sentimiento o afecto hacia esa misma comunidad". Estos mismos autores, formularon la hipótesis de que los residentes con fuertes sentimientos de apego a la comunidad eran más propensos a tener actitudes negativas hacia un desarrollo turístico que los residentes con un menor apego, pero sus resultados refutaron la idea inicial. Por otro lado, estudios más recientes señalan que el apego comunitario

puede definirse conceptualmente como el grado y patrón de participación e integración social en la comunidad, y el sentimiento o afecto de los residentes hacia esa comunidad (Simpson & Bretherton, 2009).

Los investigadores han medido el apego comunitario indicando cómo el tiempo de residencia en una comunidad puede ofrecer una medida equivalente al nivel de apego de los residentes hacia dicha localidad (McCool & Martin, 1994; Wang & Chen, 2015). Investigaciones previas ya habían utilizado la duración de la residencia como una medida del apego comunitario y encontraron que los dos están altamente correlacionados (Sampson 1988). De esta forma, varios estudios han intentado desarrollar una asociación entre las actitudes hacia el turismo y la duración de la residencia o lugar de nacimiento (Lee, 2013; Styliadis, 2018; Tonge, Ryan, Moore & Beckley, 2015).

Tal y como indican Simpson y Bretherton (2009) estos informes muestran una asociación, pero la duración de la residencia y el lugar de nacimiento no son necesariamente medidas apropiadas de apego a una comunidad específica. Las personas que se trasladan a una comunidad rural pueden haber buscado atributos positivos específicos tales como la amistad con los vecinos o la falta de delincuencia en la localidad, y por lo tanto, han establecido rápidamente redes interpersonales y se han apegado mucho a la comunidad. Basado en esto, Ram, Björk y Weidenfeld (2016), indican que el apego de los residentes a su comunidad se demuestra a través de los conceptos de identidad y dependencia comunitaria, afecto social dentro de una comunidad y

respuestas afectivas a los sentimientos hacia la misma.

El apego hacia el lugar de residencia por parte de la comunidad, generalmente se centra en los rasgos psicológicos y emocionales de los residentes, tales como la distintiva de la localidad, la continuidad, la autoestima y autoeficacia, aspectos que los residentes locales pueden encontrar desafiantes de pronunciar o poco dispuestos a compartir con los visitantes (Wang & Xu, 2015).

3.7 El apoyo al desarrollo turístico.

La comprensión de las reseñas hacia el apoyo de los residentes locales al desarrollo turístico es esencial para los gobiernos locales, los responsables políticos y las empresas, porque el éxito y la sostenibilidad de cualquier actividad que se desarrolle depende del apoyo activo de las poblaciones locales (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Nunkoo & So, 2016; Olya & Gavilyan, 2017; Park, Nunkoo & Yoon, 2015). Es por ello que los investigadores han explorado los factores que podrían influir en estos impactos percibidos y el consiguiente apoyo al desarrollo.

Varios han sido los factores estudiados e identificados, dentro de los que se incluyen el apego comunitario o la duración de la residencia (Lankford 1994; Simpson & Bretherton, 2009), los niveles de participación en la recreación (Weed & Bull, 2004), el nivel de conocimiento sobre el turismo y la economía local (Woo et al., 2015), la dependencia económica personal del turismo (Verbos, Altshuler & Brownlee, 2017), la proximidad al área turística o el contacto con los

turistas (Sheldon & Var 1984),. Además, también se han desarrollado modelos para explorar las relaciones entre la demografía de los residentes, los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo turístico (Gursoy et al., 2002; Lankford & Howard, 1994; McGehee & Andereck, 2004; Perdue et al., 1990).

Dentro de un entorno específico, Gursoy et al. (2010) señalaron que el apoyo y la participación de los residentes locales es crucial para el desarrollo sostenible de la industria turística, por consiguiente, los residentes perciben los efectos positivos del turismo más intensamente que los negativos, lo que ayuda a explicar su apoyo al desarrollo turístico. De este modo, la obtención del apoyo de los residentes podría surgir como una tarea clave para los gestores responsables de la planificación del turismo y su desarrollo.

Por lo que respecta a la percepción de los residentes, Perdue et al., (1990) desarrollaron un modelo que examinó las relaciones entre los impactos percibidos y el apoyo hacia el turismo. Descubrieron que cuando los beneficios personales del desarrollo turístico son controlados, los residentes con percepciones positivas sobre el desarrollo turístico apoyan además políticas específicas de desarrollo turístico.

Este apoyo puede verse incrementado mediante una mejora del nivel de vida y seguridad de los residentes y turistas, beneficiando económicamente a los residentes locales y fomentando una variedad de actividades culturales mediante el desarrollo de una serie de proyectos turísticos, como la celebración de eventos culturales y folclóricos de

carácter estacional, instalaciones y actividades deportivas y recreativas al aire libre, así como reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones. Asimismo, las repercusiones económicas siguen siendo un importante factor de apoyo al desarrollo mientras que los costos percibidos influyen significativamente y negativamente en el apoyo al desarrollo del turismo (Gursoy et al., 2010; Gursoy & Rutherford, 2004; Nunkoo & Ramkissoon, 2011).

Por lo tanto, es necesario que los planificadores turísticos adapten sus decisiones a las necesidades de la comunidad (Hritz & Ross, 2010). Esto aumentará el apoyo de la comunidad, que es un ingrediente esencial para el éxito del turismo deportivo en el lugar de destino.

**CAPITULO IV. PERCEPCIÓN
DE LOS RESIDENTES SOBRE
LOS IMPACTOS DEL
TURISMO**

4.1 Percepción de los residentes sobre el impacto del turismo.

Como se menciona anteriormente, los impactos percibidos por los residentes de una comunidad en materia turística influyen en el desarrollo de este sector. Por lo tanto, se puede aumentar el valor que el sector turístico emita en una comunidad mediante la potenciación de los efectos positivos, siempre que se reduzcan, en la medida de lo posible, los efectos negativos asociados a esta actividad (Jamal & Getz, 1995). Asimismo, Perdue et al. (1990) encontraron que cuando los residentes percibían un impacto cada vez más negativo hacia las propias oportunidades que ofrece el sector, decrecía su deseo hacia el desarrollo del turismo en la comunidad.

A lo largo de los últimos años, diferentes estudios han indagado en la importación del apoyo de los residentes hacia el desarrollo turístico, prestando especial atención al grado en que estos están implicados en turismo (Gursoy & Kendall, 2006; Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013; Masa'deh, Nasseef, Alshayeb, Ojilat & Alshafiee, 2017; Nunkoo & So, 2016). Además, destacan que para la sostenibilidad de los destinos turísticos es importante conocer las actitudes y opiniones de los residentes hacia el turismo, asumiendo que estas actitudes varían según el tipo de turismo que exista.

Por tanto, la participación de la comunidad es importante, ya que describe el grado en que los residentes están involucrados y comparten temas relacionados con sus vidas con el resto de la comunidad. Esta

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

implicación de los residentes en el desarrollo local del sector turístico, forma una fuerte influencia con el nivel de apoyo y actitud hacia el turismo y los turistas (Sinclair-Maragh, 2017). Sebele (2010) señaló que la participación comunitaria en el turismo ofrece más oportunidades de beneficiarse del desarrollo turístico para los residentes locales.

Sharples (2014), realizó una profunda revisión sobre las variables que influyen en las percepciones de los residentes relacionadas con el impacto del turismo en la localidad. En ella, se llega a la conclusión de que estas percepciones varían a razón de múltiples factores, que pueden ser categorizados en variables extrínsecas o intrínsecas a la población.

Atendiendo a las variables extrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes de una comunidad, estas pueden definirse por variables ajenas a las características propias de los residentes de la localidad.

Tabla 7. Variables extrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes

Variables extrínsecas	Influencia en las percepciones
Alcance/estadio del desarrollo turístico	Los modelos lineales "tradicionales" predicen que las percepciones del turismo se vuelven más negativas a medida que el sector se vuelve más desarrollado/maduro. Sin embargo, los resultados de los estudios son contradictorios.
Naturaleza/tipo de turismo/turista	El carácter de los turistas, incluida la nacionalidad, puede correlacionarse con las percepciones positivas/negativas de los residentes.
Densidad de desarrollo turístico/turístico	Cuanto mayor es la densidad del turismo/turistas, más negativas son las percepciones del turismo. Sin embargo, las actitudes positivas (por ejemplo, los beneficios económicos) pueden contrarrestar esas preocupaciones.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Tabla 7. (continuación)

Estacionalidad	Las percepciones del turismo varían en función de la estacionalidad, aunque la temporada alta y baja pueden equilibrar las actitudes.
Estado de desarrollo nacional	Aunque pocos estudios abordan esta variable, mientras menos se desarrolle el destino (económicamente), más positivas son las oportunidades percibidas que presenta el turismo.

Fuente: Adaptado de Sharpley (2014).

Si se atiende a las variables intrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes de la localidad, estas pueden ser observadas como factores propios asociados a los residentes.

Tabla 8. Variables intrínsecas asociadas a las percepciones de los residentes

Variables intrínsecas	Influencia en las percepciones
Dependencia económica/empleo del turismo	Los resultados de multitud de estudios sugieren que un trabajo en el sector turístico/dependencia del turismo como fuente de ingresos, está relacionado con actitudes más positivas hacia el turismo. Sin embargo, una variedad de variables (por ejemplo, el nivel de los salarios en el turismo) pueden atenuar estas actitudes.
Apego a la comunidad	Se ha comprobado que el apego comunitario, medido por variables como la duración de la residencia, la propiedad, la familia ampliada, etc., tiene una influencia ambigua y a veces contradictoria en las percepciones del turismo.
Distancia de la zona turística	Aunque se puede suponer que cuanto mayor sea la proximidad a la zona turística, más negativas son las percepciones del turismo, esta relación no se ha encontrado sistemáticamente en los estudios, ya que otros factores (por ejemplo, la naturaleza del desarrollo y la dependencia económica) son influyentes.
Interacción con los turistas	Se ha comprobado que el contacto o la interacción con los turistas se correlaciona positivamente con el apoyo al turismo, aunque varía según la naturaleza del contacto y el tipo de turista.
Valores personales	Los estudios han explorado la relación entre los valores personales y las percepciones del turismo.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Tabla 8. (continuación)

Identidad social/estatus social	Se ha encontrado cierta correlación entre el estatus social de los residentes y la medida en que se identifican con el destino.
Demográfico: edad, género, educación	Se han asociado ciertas características sociodemográficas con actitudes positivas/negativas. Por ejemplo, los residentes de edad avanzada pueden ver el turismo de manera menos favorable que las personas más jóvenes. Sin embargo, la mayoría concluye que tales variables no explican las variaciones en las percepciones de los residentes sobre el turismo.

Fuente: adaptado de Sharpley (2014).

4.2 Percepción de los residentes sobre el turismo deportivo.

Para realizar un análisis pormenorizado de las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo deportivo, se ha realizado en estudio bibliométrico con el objetivo de profundizar en la situación actual de este campo de investigación. Este tipo de estudios resultan interesantes para realizar una evaluación concisa de la situación actual del campo de actuación, dando la posibilidad de conocer en gran medida el campo académico de interés para el investigador.

4.2.1 Análisis Bibliométrico

Realizar revisiones periódicas de la literatura es importante para comprender la variedad de conocimientos que existen dentro de un campo académico concreto (Tranfield, Denyer & Smart, 2003). Por lo tanto, las revisiones de carácter evaluativo se centran en la productividad e impacto de la investigación en cuestión,

haciendo énfasis en las contribuciones científicas aportadas por autor, institución o país (Jamal, Smith & Watson, 2008; McKercher, 2012; Park, Phillips, Canter & Abbott, 2011; Zhao & Ritchie, 2007).

Los estudios bibliométricos son útiles para proporcionar una evaluación de la investigación o producción científica en un área específica durante un período de tiempo (Van Raan, 2005). Por su parte, Sriwannawit y Sandström (2015), identificaron cinco enfoques en los estudios bibliométricos, concretamente enfocados hacia la investigación del turismo: (1) la productividad investigadora de académicos e instituciones individuales (McKercher, 2012; Park et al, 2011; Zhao & Ritchie, 2007); (2) las redes sociales y de conocimiento (Howey, Savage, Verbeeten, & Van Hoof, 1999); (3) las temas y tendencias de desarrollo a largo plazo (Ballantyne, Packer, & Axelsen, 2009); (4) los rankings de revistas y desarrollo de revistas (Cheng, Li, Petrick & O'Leary, 2011; Jamal et al., 2008); y (5) los académicos y obras más frecuentemente citados (McKercher, 2008).

Por otra parte, Jiang, Ritchie y Benckendorff (2017) señalan que las técnicas bibliométricas generalmente pueden dividirse en enfoques evaluativos y relacionales. Indican los autores que las técnicas de evaluación miden los impactos de los estudios académicos mediante la evaluación del desempeño científico y las contribuciones utilizando medidas de productividad, métricas de impacto y métricas híbridas (Hall, 2011); mientras que las técnicas relacionales miden las relaciones y patrones dentro de los campos de investigación.

Por su parte, Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma y Herrera (2011)

resumen cuatro enfoques relacionales diferentes en la investigación bibliométrica. Estos son: (1) análisis de co-palabras, donde se estudia la estructura conceptual de un campo de investigación usando las palabras claves más utilizadas en los trabajos académicos; (2) análisis de co-autoría, que trata de analizar los autores y su afiliación para estudiar las estructuras y redes de colaboración; (3) la conexión bibliográfica, donde se analizan los documentos que citados; y finalmente la co-citación, que analiza las relaciones entre documentos citados en común entre los diferentes trabajos.

El desarrollo de la investigación turística se ha visto acompañado por la publicación de varios estudios bibliométricos (Barrios, Borrego, Vilaginés, Ollé & Somoza, 2008; Evren & Kozak, 2014; Hall, 2011; Jamal et al., 2008; Ruhanen, Weiler, Moyle & McLennan, 2015; Shen et al., 2018). A diferencia de la revisión narrativa y sistemática, indica Hall (2011) que el análisis bibliométrico se centra en la evaluación del rendimiento de la investigación y la contribución de los individuos, los medios editoriales y las instituciones.

Ramos-Rodríguez y Ruíz-Navarro (2004) señalan que tanto la coautoría como el análisis de co-citación han demostrado ser técnicas empíricas útiles para (1) describir objetivamente la estructura intelectual de disciplinas y campos (White & Griffith, 1981), (2) identificar posibles "frentes de investigación" (De Solla Price, 1965) y (3) detectar escuelas científicas y redes académicas existentes (Melkers, 1993). Estas técnicas se consideran métodos relativamente nuevos para tratar con una literatura académica diversa y creciente (Denyer & Tranfield, 2006)

y tienen algunas aplicaciones útiles en la investigación turística como campo interdisciplinario aplicado.

El análisis y la presentación visual es una herramienta reciente para detectar y mostrar resultados bibliométricos (Wheeldon & Ahlberg, 2011). La visualización puede beneficiar a los investigadores en una mejor comunicación de sus datos, así como facilitar la exploración de los mismos (Scott, Baggio & Cooper, 2008). Los avances tecnológicos han proporcionado nuevas herramientas de análisis visual para ayudar a conocer patrones de investigación, temas emergentes y redes de colaboración. Estas herramientas de software permiten generar redes de visualización a partir de datos bibliométricos (Börner et al., 2010; Cobo et al., 2011). Algunos ejemplos son VOSViewer (Van Eck & Waltman, 2010), BibExcel (Persson, Danell & Wilborg Schneider, 2009), Pajek (Batagelj & Mrvar, 1998) o Histcite (HistCite Software LLC).

Mediante esta a revisión se buscó crear una base de datos completa de artículos relacionados con las percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo publicados en el siglo XXI en revistas indexadas en la WOS (Web of Science). Los datos crudos usados en este estudio fueron extraídos de la base de datos Web of Science de Thomson Reuters, a pesar de que otras bases de datos como Scopus poseen una mayor cobertura de revistas turísticas (McKercher, 2008), se decidió realizar la búsqueda en revistas cuyo indicador de calidad fuera *Journal Citation Report* (JCR), puesto que es el más valorado por los organismos de evaluación de la actividad investigadora.

La base de datos WOS (Web of Science) proporciona información detallada sobre cada artículo fuente, incluyendo el título, resumen, palabras clave, autores, afiliaciones institucionales y nacionales, y referencias citadas en el artículo. Estos datos pueden utilizarse para llevar a cabo análisis temporales y espaciales, análisis de co-ocurrencia de palabras, análisis de co-autoría y análisis de co-citación.

Para llevar a cabo el análisis bibliométrico y la construcción de redes se utilizaron dos programas diferentes: HistCite (versión 10.12.6, HistCite Software LLC, New York, USA), y Bibexcel (versión 2017). El análisis se llevó a cabo en tres fases: (1) cálculo de indicadores bibliométricos básicos, (2) redes de co-ocurrencia y (3) mapas de citación.

En la primera fase se calcularon los siguientes indicadores bibliométricos básicos:

- Ranking de productividad científica y patrones de colaboración de autores: número de documentos publicados, número de autores, análisis de citación, índice de colaboración o número medio de autores por documento, número de colaboradores, producción por países y producción por instituciones.

- Análisis de la producción de las revistas: número de documentos publicados, número de citaciones en la serie de documentos recuperados (Total Local Citation Score: TLCS), citaciones en otras revistas del WoS (Total Global Citation Score: TGCS).

- Análisis de las palabras más comunes: términos recogidos en *palabras clave*, y co-ocurrencias de éstas.

En una segunda fase se construyeron las siguientes redes de co-ocurrencia: (a) co-autorship, (b) co-citation.

En la tercera fase se generó un mapa de citaciones. Esta red muestra como los artículos de la serie recuperada se citan entre sí. Para todos los casos, se han considerado y contabilizado las auto-citaciones (tanto de autores, como de grupo de trabajo). Para representar las redes científicas y los mapas de citación se ha utilizado el programa Pajek (versión 1.28; Batagelj & Mrvar, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia).

La búsqueda para realizar este análisis bibliométrico se efectuó el 2 de marzo de 2018. La búsqueda se basó en las palabras clave "sport tourism" y "residents perceptions". En total se recuperaron 55 documentos. Los documentos referentes a conferencias y capítulos de libros fueron excluidos del análisis, ascendiendo esta cifra a siete documentos. Los resultados de la búsqueda se almacenaron como archivo de *plain text* para realizar los posteriores análisis. Durante el proceso se detallarán además los autores, equipos de trabajo y publicaciones más influyentes, de manera que muestre objetivamente la realidad actual de la investigación en esta rama de las ciencias sociales.

Autores

Los resultados de la búsqueda confirmaron que un total de 128 autores. De estos, se destaca a Kaplanidou como autora más prolífica, con cinco artículos publicados en revistas indexadas en la WOS. Se ha de destacar que únicamente tres autores tienen publicados tres o más artículos en

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

esta base de datos, siguiendo a la propia Kaplanidou, se sitúan Liu y Ma con tres artículos cada uno.

Tabla 9. Autores más productivos (≥ 2 artículos), citaciones locales y globales y afiliación institucional

Autores	Artículos	Citaciones Locales	Citaciones Globales	Afiliación institucional
Kaplanidou	5	24	87	University of Florida
Liu	3	2	7	Shanghai University of Sport
Ma SC	3	5	13	National Chen Kung University
Gursoy	2	33	128	Washington State University
Karadakis	2	16	57	University of Florida
Walker	2	7	54	University of Florida

Fuente: elaboración propia.

Los autores más citados a nivel local son Gursoy, Kim y Lee con 33 citas cada uno. A nivel global, los autores más citados son estos tres mismos autores, seguido de Kaplanidou (con 87 citas) y Walker (54 citas).

Años

Por lo que respecta a los años, para este trabajo se decidió constituir la búsqueda con los artículos publicados en los últimos 12 años. Se observa en la figura 9 como existe una evolución creciente de las publicaciones sobre esta temática sobre todo a partir del años 2012, obteniendo su pico de publicaciones en el años 2016 con 13 publicaciones.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

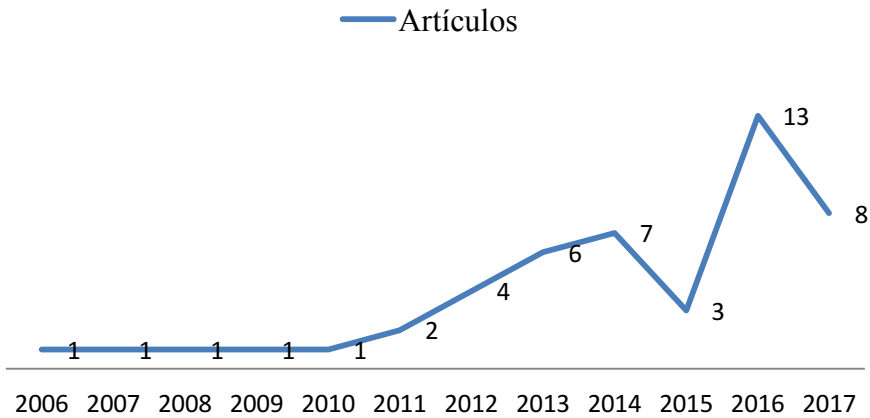


Figura 9. Publicaciones según año. Fuente: elaboración propia.

Revistas

Por otra parte, las principales revistas que han publicado artículos relacionados a las percepciones de los residentes y el turismo deportivo, destaca la *European Sport Management Quaterly*, la *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation* y *Tourism Management* con seis publicaciones. Se destaca la revista *Tourism Management* cuyos artículos obtienen un total de 41 citaciones locales y 236 citaciones globales.

Tabla 10. Revistas, artículos publicados, citaciones locales y citaciones globales.

Revista	Artículos	Citaciones Locales	Citaciones Globales
EUROPEAN SPORT MANAGEMENT QUARTERLY	6	25	63
SOUTH AFRICAN JOURNAL FOR RESEARCH IN SPORT PHYSICAL EDUCATION AND RECREATION	6	6	30
TOURISM MANAGEMENT	6	41	236
ASIA PACIFIC JOURNAL OF TOURISM RESEARCH	3	0	4

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Tabla 10. (continuación)

INTERNATIONAL JOURNAL OF SPORTS MARKETING & SPONSORSHIP	2	1	2
JOURNAL OF CONVENTION & EVENT TOURISM	2	0	1
JOURNAL OF SPORT MANAGEMENT	2	5	24
JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH	2	5	30

Fuente: elaboración propia.

Países

En referencia a los países de origen, Estados Unidos con 19 artículos, seguido de China con nueve y Taiwán con seis publicaciones ocupan los primeros lugares. Cabe mencionar como un país como Corea del Sur tiene 163 citaciones globales en sus 5 artículos publicados.

Tabla 11. País, artículos publicados, citaciones locales y citaciones globales.

País	Artículos	Citaciones Locales	Citaciones Globales
Estados Unidos	19	70	285
China	9	9	26
Taiwán	6	5	15
Corea del Sur	5	38	163
Sudáfrica	4	5	26
Reino Unido	4	6	47
Australia	3	1	5
España	3	0	0

Fuente: elaboración propia.

Institución

Si se atiende a las instituciones de pertenencia de los trabajos, destacan la Shanghai University of Sport de China con siete artículos seguida de la University of Florida estadounidense con seis. Por lo que respecta a las citaciones destaca las 33 citaciones locales y 128 citaciones globales en los dos trabajos elaborados por los autores pertenecientes a Washington State University.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Tabla 12. Institución, artículos publicados, citas locales y citas globales.

Institución	Artículos	Citaciones Locales	Citaciones Globales
Shanghai University of Sport	7	8	21
University of Florida	6	26	92
Indiana University	3	4	21
National Cheng Kung University	3	5	13
Sheffield Hallam University	3	5	17
University New Mexico	3	4	9
National Pingtung University Science & Technology	2	4	12
Sangmyung University	2	3	7
University Queensland	2	1	5
Washington State University	2	33	128

Fuente: elaboración propia.



Figura 10. Mapamundi de instituciones que han publicado trabajos en la WOS en el periodo 2005-2018.

Palabras clave

En cuanto a las palabras claves sobrevenidas de la búsqueda, se destaca como en 25 artículos aparece el termino *event* o *events*, seguida de *impact* o *impacts* con 23 referencias y *residents* con 21. Esto nos reafirma en la creencia que la temática de estudio sobre los residentes de una localidad y los impactos asociados al turismo se ha centrado en el análisis a razón de un evento celebrado en la localidad.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Tabla 13. Palabras Clave, artículos publicados, citaciones locales y citaciones globales.

Palabra Clave	Artículos
Event o Events	25
Impact o Impacts	23
Residents	21
Sport o Sports o Sporting	19
Perception o Perceptions	17
Host o Hosting	14
Games	11
Tourism	11

Fuente: elaboración propia.

Co-palabras

Observando el mapa de *co-words*, permite observar aquellas palabras claves más frecuentes en los artículos, construyendo una red que representa las co-ocurrencias con entre términos.

Se puede observar como términos como “*support*”, “*community*” o “*attitudes*” tienen una alta co-ocurrencia entre sí, así como el término “*tourism*” con términos como “*impact*”, “*economic impact*” o “*residentes perceptions*”.

Este análisis resulta útil a la hora de realizar búsquedas en las bases de datos, con el objetivo de conocer cuáles son los términos claves dentro del campo de estudio.

4. Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

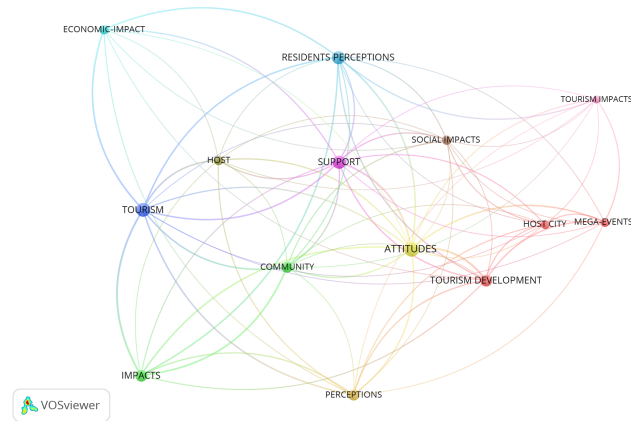


Figura 11. Mapa de Co-palabras. Fuente: elaboración propia.

Por lo que respecta a las co-citaciones, la citación de trabajos se ha estudiado a nivel local y global. A nivel local, el artículo con mayores referencias por parte de otros trabajos analizados en la búsqueda es el elaborado por Kim y Petrick “*Residents’ perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city*” del año 2006.

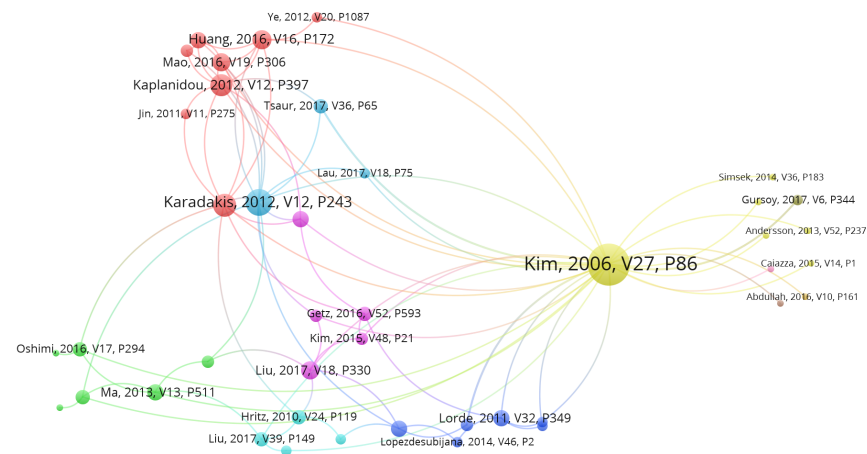


Figura 12. Mapa de citación. Fuente: elaboración propia

A nivel global, y por lo que respecta a citación de trabajos en términos

absolutos, se han observado únicamente los artículos que han sido citados más de diez veces en el global de la búsqueda. El artículo más veces referenciado es el de Gursoy y Kendall de 2006 “*Hosting mega events: Modeling local’ support*” publicado en la revista “*Annals of Tourism Research*”.

Asimismo, destaca como uno de los artículos más citados el trabajo de Ap (1992) titulado “*Residents’ Perceptions on Tourism Impacts*”, publicado en la revista “*Annals of Tourism Research*” que introduce el concepto de la “*Teoría del Intercambio Social*”.

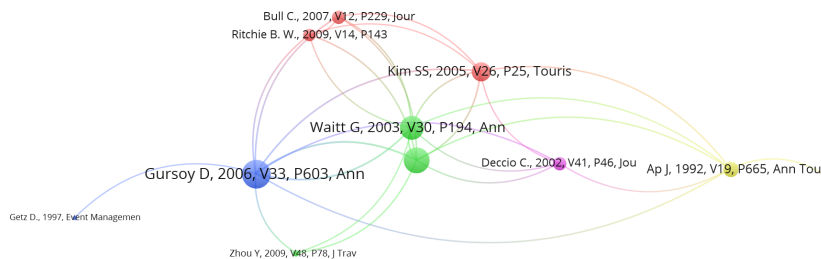


Figura 13. Mapa de co-citación. Fuente: elaboración propia

Mapa de Co-autoría

Si se atiende a las redes de co-autoría, se puede observar como existen múltiples redes de trabajos referentes a la búsqueda. Se destacan dos redes principales: (1) la centrada en los autores de la universidad de Florida, Karadakis y Kaplanidou, y la red centrada en las colaboraciones del autor hongkonés Kim.

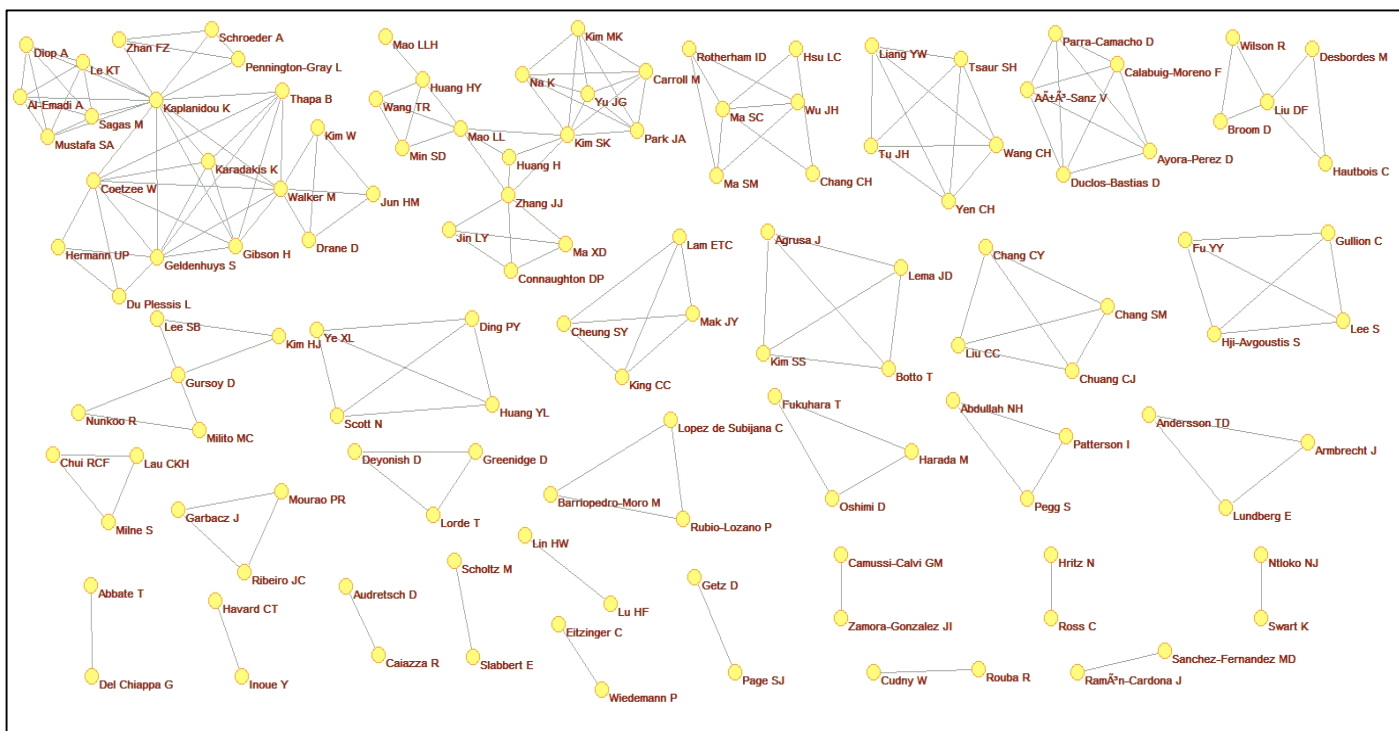


Figura 14. Mapa de redes de co-autoria

CAPÍTULO V. EL TURISMO EN ENTORNOS ISLEÑOS

5.1 El turismo en entornos isleños

En general, el turismo juega un papel importante en las economías insulares, por lo que, tanto las islas como los archipiélagos, plantean desafíos únicos para la política turística. Sin embargo, el turismo de masas ha sido motivo de preocupación con respecto al posible crecimiento y sostenibilidad de estos destinos (Bramwell, 2011).

La comprensión de las características específicas y diferenciales entre islas comparadas con los territorios continentales, se considera importante para obtener un entendimiento del desarrollo del turismo. En términos generales, el turismo insular promueve una imagen de "sol y playa", tema típico del turismo de masas, así como imágenes conceptuales como puede ser la evasión de la rutina y el paraíso (Marzuki, 2009). El impacto social del turismo es más intenso en contextos como el isleño debido principalmente a dos características: en primer lugar, una dependencia económica casi exclusiva del turismo y, en segundo lugar, un ritmo de cambio muy rápido.

Butler (1993) destacó las diferentes características asociadas con la separación y los ambientes insulares. Con un estilo de vida atractivo, los destinos isleños crean un ideal en los visitantes por un mundo diferente, mientras que generalmente se ven atraídos por su búsqueda del ocio, así como un clima, cultura y medioambiente diferente. Generalmente, el turismo se considera más importante en el sentido económico para una isla que para sus destinos continentales.

Los gobiernos insulares, así como las partes interesadas en materia turística, han reconocido el papel que la industria turística puede desempeñar en la diversificación económica, la superación del aislamiento y la limitación periférica, con especial hincapié en lo que respecta a la creación de empleo (Lim & Patterson, 2008).

Aun así, las islas son más susceptibles a los efectos negativos del desarrollo masivo debido a sus recursos propios y atributos culturales particulares. El aislamiento y la periferia son dos de los inconvenientes importantes de la isla, y ambos pueden influir en el potencial para desarrollar mayores oportunidades turísticas. El impacto del turismo de masas en un archipiélago es limitado en cuanto al territorio, los problemas de transporte, el medioambiente sensible, las costas y la cultura plantean cuestiones de sostenibilidad única, y con una complejidad adicional en las que se enfrentan cada una de las islas. Debido a los diferentes intereses culturales y comunitarios en cada una de las isla por separado, pueden hacer que la participación de las partes interesadas en cualquier plan turístico centralizado sea un reto. Por lo tanto, y en referencia a los estudios de Butler (1980), las distintas islas de un archipiélago pueden encontrarse en distintas etapas del ciclo de vida turística, lo que requiere políticas de mercado y de productos diferentes.

El correcto ordenamiento de los planes insulares en materia turística, señala Amer-Fernandez (2009) se lleva a cabo utilizando las perspectivas teóricas propuestas por Urry (1990), y Urry y Cranshaw (2002), las cuales destacan:

1. La importancia económica de la actividad turística.
2. El ritmo de cambio y la etapa de desarrollo turístico.
3. Los principales objetivos de la experiencia turística para los visitantes, así como los principales objetivos para los residentes en el desarrollo de esta actividad.
4. Las connotaciones espaciales y temporales de la actividad turística.
5. Las estructuras de organización y propiedad del sector turístico.
6. El número de turistas que visitan un sitio en relación con el número de la población anfitriona.
7. Los efectos del turismo en las actividades agrícolas, industriales, comerciales y financieras preexistentes.
8. Diferencias nacionales, culturales, sociales y económicas entre turistas y residentes.
9. El interés de los gobiernos interesados en desarrollar la actividad turística y cómo.
10. La capacidad política de los residentes para utilizar el modelo económico y turístico.
11. La reflexividad de los residentes en el desarrollo turístico.
12. La medida en que los turistas y el turismo pueden ser identificados como "causantes" de posibles desarrollos económicos y sociales indeseables.

En la actualidad, la mejora del transporte moderno, en particular el transporte aéreo, es crucial para las islas, concluyendo que es necesario una planificación temprana del turismo, destacando una administración

pública adecuada hacia el turismo (diferenciada por territorios) y un nivel efectivo de autonomía en las políticas turísticas (Bardolet & Sheldon, 2008).

5.2 El Turismo en Canarias

La comunidad autónoma de Canarias es una de las comunidades autónomas españolas que recibe una mayor afluencia de turistas a lo largo del año. Observando las estadísticas de los últimos años, podemos percibir como sigue incrementándose el número de visitantes. Según los datos publicados por FRONTUR ISTAC (2017), el número total de visitantes a la Comunidad Canaria en el año 2017 ha sido de 15.975.507 turistas.

Según los datos de IMPACTUR (2017), en su estudio sobre el impacto socio económico del turismo, en la Comunidad Canaria, la actividad turística representa un 35,20% del PIB total, lo que equivale a 15.573 millones de euros. Esto representa el 40,30% del empleo de la comunidad (29,50% de efecto directo y 10,80% de efecto indirecto). A nivel nacional, el turismo representa un 11,20% de PIB, representando a su vez un 13% de la actividad laboral total, situando muy por encima del peso que tiene el turismo en el conjunto de la economía estatal. Por su parte, según los datos de Contabilidad Regional de España, publicado por el INE (Instituto Nacional de Estadística), la economía canaria representa un 3,80% del total del PIB del estado.

Si se atiende en materia de empleo, el número de empleos generados en las ramas asociadas al turismo en 2017 asciende a 326.970, estando estas muy concentrados en los establecimientos de alojamiento (62.613) y servicios de restauración (50.455). La dependencia de la generación de empleo en otras ramas de actividad de naturaleza no turística respecto a la actividad turística asciende a 151.165 puestos de trabajo. Según los datos que se derivan de IMPACTUR, la demanda de servicios turísticos en la comunidad genera 62.780 empleos en el sector del comercio minorista, 5.262 en la construcción y 27.006 en las distintas ramas de servicios a empresas.

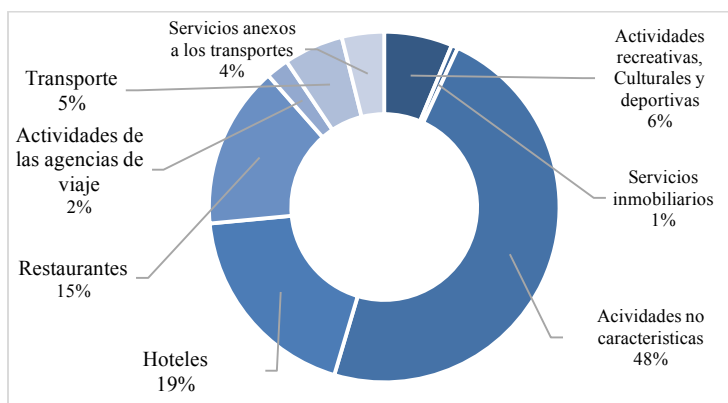


Figura 15. Estructura del empleo turístico en Canarias por ramas de actividad.

Fuente: Estudio IMPACTUR Canarias 2017.

Si se atiende a ramas de actividad, se comprueba cómo el 6,20% del empleo turístico se genera mediante actividades recreativas, culturales y deportivas. La inversión turística de la comunidad en materia de servicios culturales y actividades recreativas y otros servicios de recreo se eleva hasta el 3% del total que la comunidad destina al sector turístico.

Las actividades turístico activo-deportivas en Canarias quedan reguladas mediante la Ley 14/2009 de 30 de diciembre de Ordenación del Turismo, esta modifica la Ley 7/1995 de 6 de abril, y establece para ellas unas obligaciones mínimas.

Esta ley es igualmente aplicable a:

- a) Las actividades o la oferta de servicios de alojamiento turístico de cualquier tipo, así como los establecimientos donde los realicen.
- b) Las actividades y servicios de restauración que se desarrollen en restaurantes, bares-cafeterías.
- c) Las actividades de turismo activo, en las que el sujeto responsable de la actividad turística es el propio usuario turístico, sin perjuicio de las intermediaciones que procedan de acuerdo con esta ley y sus normas de desarrollo, y que comprenden las actividades de recreo, deportivas o de aventura que se desarrollen normalmente sirviéndose de los recursos que ofrece la propia naturaleza en cualquier medio, sea aéreo, terrestre, subterráneo, acuático o urbano; así como las actividades formativas, informativas o divulgativas en el ámbito cultural, medioambiental u otros análogos.
- d) Las actividades de intermediación turística que tengan lugar en la Comunidad Autónoma, así como los establecimientos donde desarrollen su actividad.

- e) Los balnearios, piscinas, parques acuáticos, instalaciones deportivo-turísticas, parques zoológicos y botánicos y similares, cuando su acceso sea libre, independientemente de que se exija o no contraprestación por el mismo.
- f) Las excursiones aéreas o marítimas con fines turísticos de pesca deportivo-turística, u otras análogas, como observación de cetáceos o turismo maradero, en el ámbito de la Comunidad Autónoma.
- g) Las personas físicas o jurídicas que se dediquen de forma habitual y retribuida a actividades de formación, información o acompañamiento a usuarios turísticos.
- h) Las actividades turísticas complementarias, tales como las atracciones y espectáculos, incluidas las que se desarrollen en salas de fiesta, discotecas y de baile; actividades de animación y demás de esparcimiento y ocio en instalaciones especialmente habilitadas para ello, así como las actividades relacionadas con la organización y asistencia a congresos y traducción simultánea, en cuanto desarrollen actividades sujetas a esta ley.
- i) Cualquier otra actividad cuyo giro o tráfico comprenda servicios relacionados directa o indirectamente con el turismo y que sea calificada como turística por el Gobierno de Canarias.

Asimismo, el artículo 54 de la citada Ley indica cómo la Consejería competente en materia turística llevará a cabo programas de fomento específicos para:

- a) Turismo rural, senderismo y atractivos medioambientales; con el fin de fomentar la responsabilidad ecológica y rehabilitar edificios o senderos rurales de especial valor, en coordinación con la administración competente en la gestión relacionada con la conservación de la naturaleza.
- b) Turismo de incentivos, convenciones y congresos; promoviendo palacios de exposiciones y congresos y adaptando los establecimientos de la zona de influencia a este tipo de turismo.
- c) Turismo interior; fomentando los desplazamientos interinsulares.
- d) Turismo deportivo, especialmente el que relacione al usuario con los atractivos naturales de Canarias.
- e) Cualquier otro que se adapte al cambiante mercado turístico.

Por su parte, la Ley 9/2014, de 6 de noviembre, de medidas tributarias, administrativas y sociales de Canarias, en su Artículo 13 por el que modifica de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de ordenación del Turismo de Canarias, señala como deberes que deben ser cumplidos para el desarrollo de la actividad turística:

- a) El establecimiento y ejercicio de la actividad turística es libre sin más limitaciones que las establecidas en la presente ley y en las demás de aplicación o en su reglamentación específica.

No obstante, para el establecimiento y desarrollo de tal actividad en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, las empresas estarán sometidas al cumplimiento de los siguientes deberes específicos:

- a) Comunicar previamente a la Administración competente el inicio de la actividad turística, así como la construcción, ampliación, rehabilitación o reforma de las instalaciones y establecimientos turísticos de alojamiento y, en su caso, emitir declaración responsable.
- b) Excepcionalmente, obtener de la Administración competente las autorizaciones con carácter previo a la construcción, ampliación, rehabilitación, reforma y apertura de instalaciones y establecimientos, en los casos previstos en la presente ley; sin perjuicio de las autorizaciones sectoriales.
- c) Cumplir los requisitos de ordenación y estándares previstos en la reglamentación específica, para el acceso y ejercicio de las actividades calificadas como turísticas.
- d) Cumplir el principio de unidad de explotación en los casos y términos previstos en esta ley, así como el resto de normas y medidas destinadas a potenciar la calidad de los servicios.
- e) Cumplir el deber de renovación edificatoria y de atenerse al uso establecido por el planeamiento, en los supuestos que les corresponda.
- f) Presentar en el plazo que corresponda los informes derivados de la inspección técnica de establecimientos turísticos.

- g) Cumplir los demás deberes establecidos en las leyes, y en especial, obtener las autorizaciones sectoriales pertinentes.

A su vez, indica en su tercer punto que son obligaciones de las empresas que oferten y/o realicen las actividades previstas en el artículo 2 de esta ley:

- a) El mantenimiento de la calidad de sus servicios.
- b) La cualificación de su personal.
- c) La limpieza de la zona donde actúen y no proyectar a los espacios públicos residuos, olores, ruidos y otras causas de molestia.
- d) Las empresas que oferten actividades deportivas, de aventura o similares que puedan comportar riesgo, deberán disponer de un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños de los que deban responder, en la cuantía que reglamentariamente se determine.
- e) Las que reglamentariamente se establezcan.

En resumen, las empresas cuya actividad esté relacionada con las actividades de turismo activo-deportivo, son nombradas expresamente en el artículo 2 de la legislación vigente durante su aplicabilidad, apartado “c”; y en artículo 54, concretamente en los apartados “a” y “d”. Es evidente, la carencia legislativa existente en materia turístico activo-deportiva en Comunidad Canaria, aun cuando esta actividad se antoja como unas de las de mayor desarrollo en la región.

La Comunidad Canaria cuenta con un antecedente en regulación de actividad turística específica, se trata de Decreto 178/2000, de 6 de septiembre, por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos. El citado decreto indica como esta constituye actualmente una actividad turística, económica, científica, recreativa y educacional de excepcional importancia. Añade que, sin embargo, los problemas surgen cuando se produce un incremento desmesurado e incontrolado del número de embarcaciones que realizan estas actividades, por lo que el desarrollo turístico que han sufrido determinadas zonas de las islas en los últimos años ha provocado un aumento en la demanda de actividades de recreo.

Este fenómeno es semejante al sufrido en los últimos años en el ámbito turístico activo-deportivo en las islas por lo que debido al aumento de la creación de empresas relacionadas al turismo activo-deportivo, hace conveniente que se elabore una mención exclusivamente hacia ellas, con el objetivo de igualarlas al resto de empresas del sector turístico que si poseen este tipo de ordenación.

En la actualidad, la consejería de turismo, cultura y deportes del Gobierno de Canarias, ha presentado a información pública un Proyecto de Decreto (2017) por el que se aprueba el reglamento por el que se establece el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades de turismo activo.

Este proyecto de decreto (2017, p. 2) está compuesto por siete capítulos:

El primero de los capítulos, el de disposiciones generales, regula el ámbito objetivo y subjetivo de aplicación y las exclusiones.

El segundo capítulo desarrolla los requisitos para el ejercicio de las actividades de turismo activo. La regulación que realiza la presente norma está acorde con lo dispuesto en la vigente normativa reguladora del libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, estableciendo como requisito previo para el ejercicio de la actividad la presentación de una declaración responsable, por parte de la persona física o jurídica que vaya a promover y desarrollar la actividad, en la que manifiesta que cumple con todos los requisitos que se establecen de manera expresa en la presente norma.

En el tercer capítulo se regulan, por otro lado, los trámites de modificación de datos y cese de la actividad, así como la inscripción en el Registro General Turístico.

En el capítulo cuarto se regula el código de identificación a efectos de reconocer el lugar y la actividad de turismo activo, la placa y el distintivo.

El quinto capítulo relaciona las obligaciones genéricas de las empresas de turismo activo, para seguidamente concretar el deber de informar previamente a sus clientes de la actividad a desarrollar. Deberes que la norma, en su totalidad, pone de relieve, de acuerdo a la naturaleza de las actividades de riesgo a realizar; lo que conduce a establecer una serie de limitaciones,

seguros y protección de las personas y del medio ambiente, así como de las instalaciones, equipamiento y material. Garantías tuteladas por la norma.

El sexto regula la capacitación del personal, derivando al cumplimiento de la normativa de aplicación las titulaciones o acreditaciones necesarias para garantizar la calidad de los servicios ofertados. Además en este capítulo se distingue la figura del responsable técnico de la actividad, encargado de la gestión de la actividad desde su planificación hasta su ejecución, de los monitores e instructores que son los que acompañan a los usuarios turísticos durante la preparación y ejecución de la actividad.

El capítulo séptimo hace una remisión al régimen sancionador general.

La elaboración de este documento viene a dar respuesta a la especialización acaecida en el sector turístico por parte de las actividades enmarcadas dentro del denominado turismo activo. Una industria que en los últimos años ha experimentado un crecimiento exponencial en Gran Canaria, con la consecuente proliferación de empresas que ofertan servicios deportivos para los turistas. Fruto de ello ha sido el actual esfuerzo que el Gobierno de Canarias ha realizado para su regulación con la elaboración del Proyecto de Decreto anteriormente mencionado. Sin embargo, a pesar de la toma de conciencia de la necesidad de regulación en este sector por parte del Gobierno de Canarias, esta nueva propuesta de regulación aún no ha sido aprobado

y por tanto las empresas dedicadas a las actividades de turismo-activo deben seguir rigiéndose por la normativa anterior (Ley 14/2009 de 30 de diciembre de Ordenación del Turismo que modifica la Ley 7/1995, de 6 de abril, de ordenación del Turismo de Canarias) hasta que el nuevo Decreto sea implantado.

5.3 El Turismo en Gran Canaria

La isla de Gran Canaria, la visitaron un total de 4.477.969 turistas al cierre del año 2017. De ellos, 3.986.715 proceden del extranjero, lo que corresponde a un 87,40% de los visitantes. El resto, un total de 491.254 visitantes, proceden de destinos nacionales.

Si clasificamos los visitantes a la isla de Gran Canaria por grupos de edad, podemos observar que el grupo mayoritario en el año 2017 han sido los turistas con edades comprendidas entre los 46 y los 60 años con un porcentaje del 29,90% del total, seguidamente del grupo de edad comprendido entre 31 y 45 años con un 26,50% y el grupo correspondiente a mayores de 60 años, con un 23,90%, luego estaría la franja comprendida entre los 25 y los 30 años con un 10,1% y por último el grupo cuya franja de edad se sitúa entre los 16 y los 24 años con un 9,7% del total de turistas mayores de 16 años.

Además, podemos hacer una clasificación según el sexo de los visitantes, encontrándonos que la isla de Gran Canaria la visitan un 49,70% de hombres y un 50,30% de mujeres.

Por lo que respecta a los aspectos más valorados a la hora de elegir Gran Canaria como destino de vacaciones son el clima y sol, seguido de las playas, la tranquilidad, el descanso o relax que pueda ofrecer, así como los paisajes que ofrece el lugar. Mientras que los menos valorados son: el golf, las actividades náuticas, la oferta cultural, las compras o el turismo activo.

El gasto medio asociado al viaje del turista que visita Gran Canaria estaría en 1.206 €. Si atendemos al gasto medio total por día de estancia observamos que la cifra se eleva hasta los 145,42 €/día por turista que visita la isla.

5.4 El Turismo Deportivo en Gran Canaria

La actividad turística relacionada con el turismo activo-deportivo en la isla de Gran Canaria representa un 6,30% del total de 4.477.969 turistas que recibe la isla, lo que corresponde a un total de 281.909 visitantes que realizan alguna actividad relacionada con el turismo activo-deportivo. De ellos, un 8,80% son turistas nacionales, frente al 91,20% de turistas activos-deportivos que proceden del extranjero.

Si clasificamos turistas activo-deportivos que visitan Gran Canaria por grupos de edad, podemos observar que el grupo mayoritario en el año 2016 han sido los turistas con edades comprendidas entre los 46 y los 60 años con un porcentaje del 30,90% del total, seguidamente del grupo de edad comprendido entre 31 y 45 años con un 29,10% y el grupo correspondiente a mayores de 60 años, con un 20,70%, luego estaría la

franja comprendida entre los 25 y los 30 años con un 11,10% y por último el grupo cuya franja de edad se sitúa entre los 16 y los 24 años con un 8,20% del total de turistas mayores de 16 años. La edad media de turistas mayores de 16 años que visitan la isla para realizar actividades activo-deportivas se sitúa en 46,30 años.

Además, podemos hacer una clasificación de turistas activos-deportivos según el sexo de los visitantes, encontrándonos que la isla de Gran Canaria la visitan un 51,50% de mujeres y un 48,30% de hombres.

Por lo que respecta a los aspectos más valorados a la hora de elegir Gran Canaria como destino de vacaciones, a parte de la elección del destino como lugar para realizar actividades de turismo activo-deportivo, un 89,80% de los turistas eligen Gran Canaria debido a las condiciones de buen clima y sol, así como la tranquilidad, el descanso o relax que pueda ofrecer la isla.

El gasto medio asociado al viaje del turista activo-deportivo que visita Gran Canaria estaría en 1.141 €. Si atendemos al gasto medio total por día de estancia observamos que la cifra se eleva hasta los 135,94 €/día por turista que visita la isla.

5. El turismo en entornos isleños

Tabla 14. Comparativa entre datos sobre turistas convencionales y turistas deportivos en Gran Canaria.

		Turista (General)	Turista Deportivo
Total de turistas		4.477.969	281.909
Sexo	Hombres	49,70%	48,30%
	Mujeres	50,30%	51,50%
Edad	16-24 años	9,70%	8,20%
	25-30 años	10,10%	11,10%
	31-45 años	26,50%	29,10%
	46-60 años	29,90%	30,90%
	Más de 60 años	23,90%	20,70%
Gasto medio	Total	1.206 €	1.141 €
	(€)/día	145,42	134,94

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística) 2017.

CAPÍTULO VI. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

6. Objetivos e hipótesis

A continuación, se describen los objetivos generales y específicos, los cuales sirven de referencia a la hora de establecer las hipótesis de investigación. Por consiguiente, los objetivos generales que se pretenden alcanzar en esta investigación son:

- 1- Conocer las percepciones de los residentes de Gran Canaria sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo
- 2- Valorar el grado de apoyo al desarrollo de este en la comunidad por parte de los residentes.

Seguidamente, se expondrán los objetivos específicos con los que se pretende incidir en mayor profundidad sobre la influencia de las variables asociadas a los impactos del turismo activo-deportivo, así como su relación con las percepciones de los residentes:

1. Desarrollar y validar una escala que permita conocer las percepciones asociadas al turismo activo-deportivo de los residentes de Gran Canaria.
2. Averiguar que variables de impactos asociados a la actividad turístico-deportiva inciden en las percepciones de los residentes.
3. Conocer las preferencias de apoyo hacia las actividades activo-deportivas que se desarrollan dentro del sector.

4. Profundizar en el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo atendiendo a distintas variables sociodemográficas.
5. Analizar la disposición de apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo la isla y la percepción de los residentes utilizando diferentes metodologías.
6. Considerar la relación que existe entre los impactos percibidos y el efecto mediador que ejercen variables como las percepciones sobre la imagen, el apego o la calidad de vida de los residentes.

A razón de los objetivos previamente descritos, se consideran una serie de hipótesis de investigación. De los objetivos generales se originan las siguientes hipótesis de investigación:

Hipótesis 1: Los residentes de Gran Canaria tienen una percepción positiva sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo.

Hipótesis 2: Los residentes de Gran Canaria valoran positivamente apoyar el desarrollo en la comunidad de las actividades turístico activo-deportivas.

Por su parte, de los objetivos específicos derivan las siguientes hipótesis:

Hipótesis 3: La escala planteada para el análisis de la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo es un instrumento valido y fiables para la localidad.

Hipótesis 4: Los residentes de Gran Canaria valoran más significativamente el desarrollo de unas actividades turístico activo-deportivas frente a otras actividades también desarrolladas en el sector.

Hipótesis 5: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variaran a razón de diferentes aspectos sociodemográficos.

H_{5a}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la edad de los residentes.

H_{5b}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el sexo de los residentes.

H_{5c}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la practica deportiva de los residentes.

H_{5d}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el municipio de los residentes.

H_{5e}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la ocupación de los residentes.

H_{5f}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el estado civil de los residentes.

H_{5g}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el nivel de estudios de los residentes.

H_{5h}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según los ingresos anuales de los residentes.

H_{5i}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la orientación ideológica o política de los residentes.

Hipótesis 6: Los impactos asociados a las percepciones sobre las actividades turístico activo-deportiva pueden clasificarse en impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales y políticos-administrativos.

Hipótesis 7: El apoyo hacia el turismo deportivo variará según las percepciones económicas, culturales, sociales, ambientales y político-administrativas de los residentes.

H_{7a}: Existe una relación positiva entre la percepción de los **impactos económicos** asociados al turismo deportivo y **el apoyo** hacia este.

H_{7b}: Existe una relación positiva entre la percepción de **los impactos culturales** asociados al turismo deportivo y **el apoyo** hacia este.

H_{7c}: Existe una relación positiva entre la percepción de los **impactos sociales** asociados al turismo deportivo y **el apoyo** hacia este.

H_{7d}: Existe una relación negativa entre la percepción de **los impactos medioambientales** asociados al turismo deportivo y **el apoyo** hacia este.

H_{7e}: Existe una relación positiva entre la percepción de **los impactos políticos-administrativos** asociados al turismo deportivo y **el apoyo** hacia este.

Hipótesis 8: Existe un efecto mediador de percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad.

H_{8a}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos económicos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{8b}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos sociales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{8c}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos culturales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{8d}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos medioambientales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{8e}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre **la calidad de vida de los residentes** en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos políticos-administrativos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

Hipótesis 9: Existe un efecto mediador de **la imagen de los residentes** sobre la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad.

H_{9a}: Existe un efecto mediador de la variable **imagen** de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos económicos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{9b}: Existe un efecto mediador de la variable **imagen** de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos sociales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{9c}: Existe un efecto mediador de la variable **imagen** de la comunidad en la relación entre las percepciones de los

residentes sobre los **impactos culturales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{9d}: Existe un efecto mediador de la variable **imagen** de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos medioambientales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{9e}: Existe un efecto mediador de la variable **imagen** de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos políticos-administrativos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

Hipótesis 10: Existe un efecto mediador del **apego de los residentes** a la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad.

H_{10a}: Existe un efecto mediador de la variable **apego** a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos económicos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{10b}: Existe un efecto mediador de la variable **apego** a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos sociales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{10c}: Existe un efecto mediador de la variable **apego** a la comunidad en la relación entre las percepciones de los

residentes sobre los **impactos culturales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{10d}: Existe un efecto mediador de la variable **apego** a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos medioambientales** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

H_{10e}: Existe un efecto mediador de la variable **apego** a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los **impactos políticos-administrativos** asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

CAPÍTULO VII. MÉTODO

7. Método

La finalidad de este capítulo es establecer un marco metodológico que sirva de guía para el estudio empírico de este campo de conocimiento y permita conseguir los objetivos planteados, describiéndose todos los procedimientos llevados a cabo para el tratamiento estadístico de la información obtenida.

A pesar de que existen múltiples estudios que analizan la percepción de los residentes, estos han utilizado distintas metodologías de trabajo, recopilando datos para su posterior análisis desde puntos de vista cuantitativos, cualitativos, e incluso utilizando una combinación de ambas metodologías. Para esta investigación, se utilizará una metodología cuantitativa que permitirá conocer la opinión general, además de especificar las percepciones según los grupos sociodemográficos a los que pertenece.

A continuación, se analizarán las principales características metodológicas de este trabajo, tales como: la muestra, la población objeto de estudio y las características que poseen, el trabajo de campo y una descripción de los instrumentos de recogida de datos y posterior análisis de datos.

7.1 Participantes

La muestra está compuesta por un total de 607 personas residentes en Gran Canaria. Gran Canaria tiene una población total de 843.195 habitantes (Instituto Nacional de Estadística, 2017). Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2017 había un total de 727.124 habitantes mayores de 16 años.

7.1.1 Población objeto de estudio



Figura 16. Términos municipales de Gran Canaria.

Fuente: Gobierno de Canarias.

La isla de Gran Canaria se divide en un total de 21 municipios. La mayor parte de la población se concentra en el municipio de Las Palmas de Gran Canaria, donde se encuentra la capital de la isla. Asimismo, gran parte de la población se concentra en la costa este de la isla, lo que concierne a los municipios de Telde, Ingenio, Agüimes y Santa Lucía de Tirajana. Por otra parte, los núcleos turísticos más importantes de la

isla se encuentran en los municipios de San Bartolomé de Tirajana y Mogán. Una menor proporción de los residentes viven en municipios rurales, situados estos en el centro y norte de la isla. A continuación, en la tabla 15, se pueden observar la distribución de población a razón del municipio de residencia.

Tabla 15. Población de los Municipios de Gran Canaria.

Distritos	Población	%	Hombres	Mujeres	+16 años
Agaete	5.526	0,66	2.757	2.769	4.505
Agüimes	30.882	3,66	15.668	15.214	32.831
La Aldea de San Nicolás	7.613	0,90	3.894	3.719	6.671
Artenara	1.096	0,13	592	504	1.035
Arucas	37.367	4,43	18.578	18.789	31.789
Firgas	7.570	0,90	3.814	3.756	6.460
Gáldar	24.251	2,88	12.167	12.084	20.731
Ingenio	30.529	3,62	15.398	15.131	25.567
Mogán	19.783	2,35	10.216	9.567	16.769
Moya	7.792	0,93	3.954	3.838	6.780
Las Palmas de Gran Canaria	377.650	44,79	182.881	194.769	325.821
San Bartolomé de Tirajana	53.542	6,35	27.845	25.697	46.341
Santa Brígida	18.295	2,17	9.102	9.193	15.839
Santa Lucía de Tirajana	70.396	8,35	35.183	35.213	57.865
Santa María de Guía	13.924	1,65	6.918	7.006	12.065
Tejeda	1.950	0,23	1.046	904	1.836
Telde	102.005	12,10	50.320	51.685	85.792
Teror	12.424	1,47	6.393	6.031	10.685
Valsequillo de Gran Canaria	9.191	1,09	4.631	4.560	7.687
Valleseco	3.810	0,45	1.993	1.817	3.438
Vega de San Mateo	7.562	0,90	3.894	3.668	6.617
Total	843.158		417.244	425.914	727.124

Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2017.

7.1.2 Características de la muestra

En esta sección se presentan las características socioeconómicas y sociodemográficas que presentan encuestados de la isla de Gran Canaria. Como se muestra en la figura 17, las edades de los participantes oscilaron entre 18 y 86 años, con una mayor representación en los grupos de edad comprendidos entre 18 a 25 años (27,50%) y el grupo comprendido entre los 26 a 35 años (27,50%). Seguidamente el grupo entre 36 y 55 años (23,60%) y finalmente el grupo de más de 56 años corresponde a un 21,30 % de los encuestados. La edad media de los encuestados fue de 36 años ($M = 35,90$; $DT = 13,82$). Los residentes en Gran Canaria presentan una medida de edad de 40,80 años. La razón de esta discrepancia puede ser que la población muestral para este estudio incluyó sólo residentes de 18 años en adelante. No se dispone de estadísticas de grupo comparables, por lo que se desconoce el porcentaje exacto del segmento de población menor de 18 años.

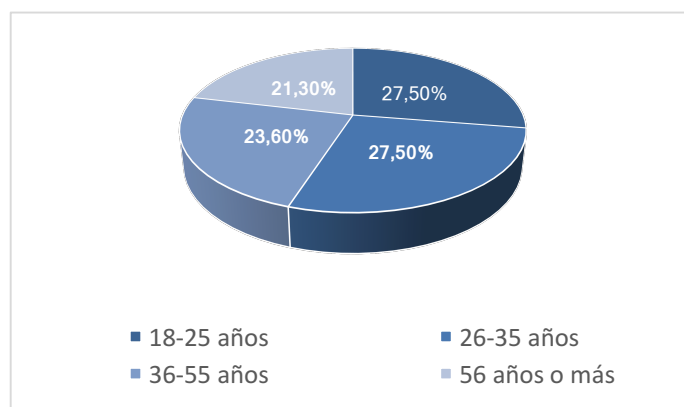


Figura 17. Distribución por grupos de edad.

Como se muestra en la figura 18, más de la mitad de los encuestados (50,50%) eran mujeres frente al 49,50% de los encuestados son hombres. Esto refleja precisamente el perfil de género de los habitantes de Gran Canaria, que cuenta con una población masculina de 417.244 habitantes (49,50%) y una población femenina de 425.914 habitantes (50,50%) según el censo elaborado por Instituto Nacional de Estadística en 2017. Esta es una fuente potencial de sesgo. Los encuestados fueron identificados de acuerdo con un muestreo predeterminado, procedimiento que debe resultar en un perfil que represente a la población.

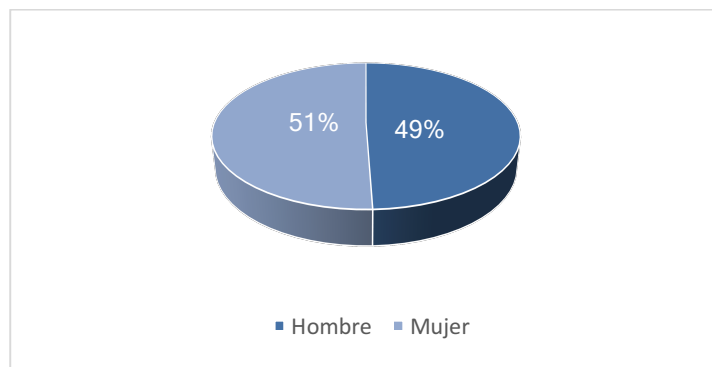


Figura 18. Distribución de la muestra según sexo.

Debido a que el presente estudio tiene relación con el deporte, resulta interesante la recopilación de datos sociodemográficos relacionados con tal ámbito, que podrían influir en las respuestas a las demás preguntas del cuestionario.

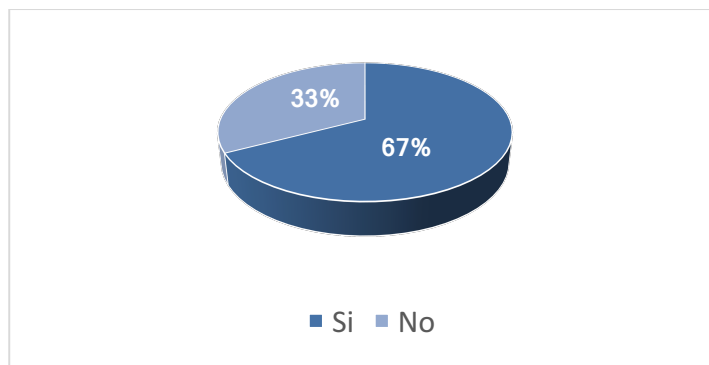


Figura 19. Distribución según práctica deportiva.

Como se muestra en la figura 20, la mayoría de los encuestados (42,80%) poseen estudios universitarios. Un 38,50% completaron la educación secundaria. Un 16,20% de los encuestados manifestaron tener únicamente estudios primarios y sólo un 2,30% indicó no tener nivel de estudios alguno.

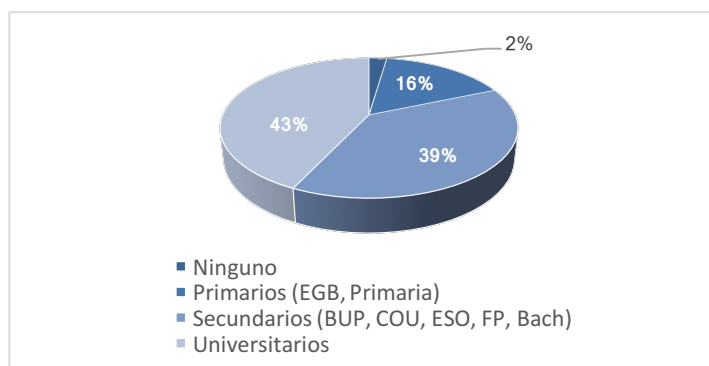


Figura 20. Distribución según nivel de estudio.

En lo que se refiere a la ocupación (figura 21), el grupo más numeroso de encuestados manifiesta tener empleo (51,90%), seguidamente del grupo que declaran ser estudiantes (23,20%). El grupo de encuestados denominado “Otro”, que engloba a aquellos encuestados que se exponen amo/a de casa, jubilado... se distingue un 13% del total de

encuestados, frente al 11,90 % que manifiesta estar desempleado en el momento de cumplimentar el cuestionario.

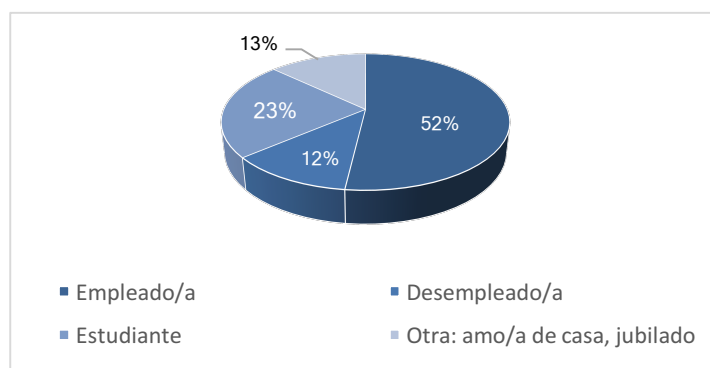


Figura 21. Distribución según ocupación.

Como se muestra en la figura 22, más de la mitad de los encuestados (57,80%) indicaron tener un ingreso familiar anual de menos de 12.000 €. Un 23,50% de los encuestados indicaban que sus ingresos estaban entre 12.001 € y 18.000 € mientras que un 18,70% de los encuestados indicó que sus ingresos anuales superiores a los 18.001€.

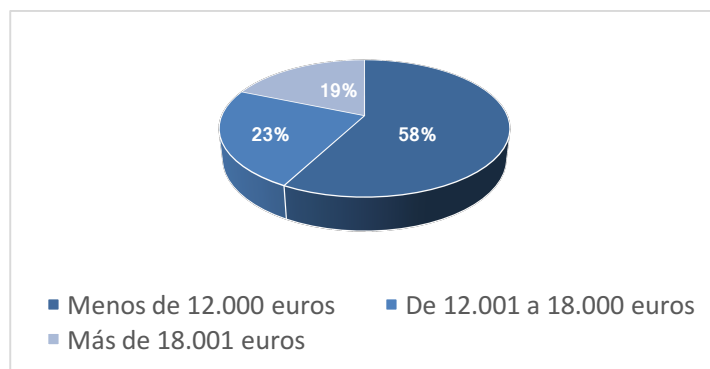


Figura 22. Distribución según ingresos.

En cuanto al estado civil de la población encuestada, más de la mitad (56,60%) manifestaron ser solteros mientras que el 35,10% de los

7. Método.

encuestados su estado civil es casado/a. Únicamente el 6,80% y el 1,20% de la muestra manifestaban un estado civil divorciado/separado o viuda/a respectivamente. La diferencia entre el número de personas solteras frente al resto radica en que gran parte de la muestra manifestaba convivir con su pareja pero sin formalizar el matrimonio, por lo que su estado civil continuaba siendo soltero/a.

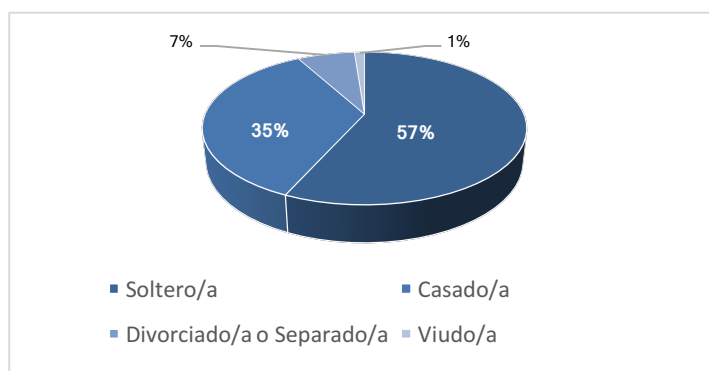


Figura 23. Distribución según estado civil.

En cuanto a la localización geográfica de residencia de los encuestados en Gran Canaria, el 50,80% de los encuestados manifiesta vivir en la zonas urbanas, mientras que un 28,40% señalan su residencia en la zonas costeras así como un 20,80% de los encuestados que señalan residir en zonas rurales de la isla.

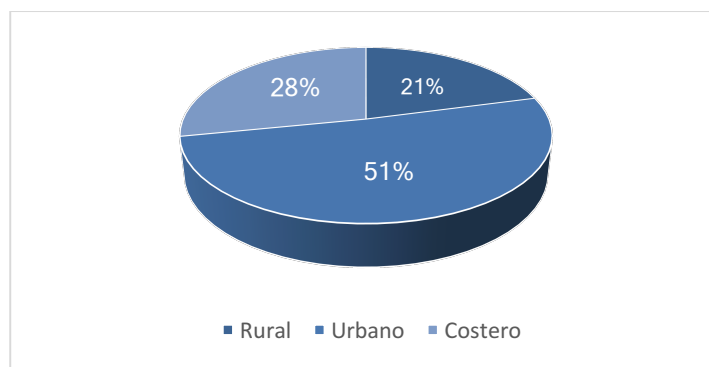


Figura 24. Distribución según zona geográfica de residencia

Para valorar la orientación ideológica, los encuestados, ajustaban en una escala 1-10 su ideología política, por lo tanto, se ha estimado realizar una unificación de las respuestas en 3 grandes grupos; izquierda, con las valoraciones de 1-4, centro con las valoraciones 5, y derecha con las valoraciones de 6-10.

Por lo que respecta a la orientación ideológica de la muestra, del total de encuestados, un 37,10% indica ser de centro, por su parte un 40,20% declara situarse en la izquierda mientras que un 22,70% señala su orientación ideológica-política en la derecha.

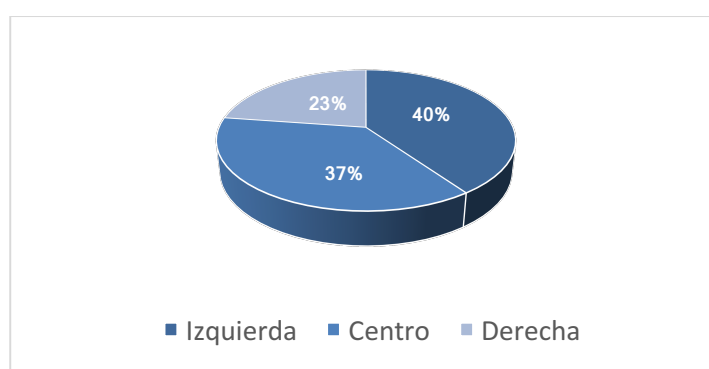


Figura 25. Distribución según orientación ideológica.

7.2 Diseño del Instrumento

En primer lugar, se recopiló una lista exhaustiva de los ítems asociados a la percepción sobre los impactos del turismo, utilizando para ello una revisión de la bibliografía existente en esta temática. A continuación, los ítems fueron adaptados al objeto del estudio y seguidamente evaluados a través de un grupo focal, así como un grupo de expertos para mejorar la claridad, relevancia y efectividad de los mismos. (Babbie, 1992). Como resultado, cinco factores se consideraron representativos de las dimensiones de impactos asociados al turismo deportivo. Finalmente, los ítems resultantes se probaron a través de un estudio piloto usando una muestra de conveniencia de residentes en la isla de Gran Canaria. Se recogieron y purificaron un total de 75 cuestionarios, mediante el uso de alfa de Cronbach y las correlaciones entre ítem y total para evaluar la fiabilidad del mismo. Después de la purificación inicial, se verificaron los elementos retenidos para desarrollar una medición estandarizada y la articulación de los impactos percibidos. El cuestionario resultante consta de siete secciones: (1) percepciones de impactos positivos y negativos, (2) grado de apoyo a la actividad turístico-deportiva en la isla, (3) las relaciones de los residentes en cuanto a su participación en la comunidad, (4) percepciones de los residentes frente a la imagen de Gran Canaria como destino turístico, (5) grado de apego de los residentes a la comunidad, (6) percepciones sobre la calidad de vida de los residentes y (7) características sociodemográficas de los residentes.

La primera sección, que recaba opiniones sobre los diversos impactos del turismo deportivo, midió variables endógenas que influyen en el apoyo de los residentes al desarrollo turístico: beneficios y costes económicos del turismo deportivo, beneficios y costes socioculturales del turismo deportivo, beneficios y costes medioambientales del turismo deportivo, y percepciones sobre el impacto político del turismo deportivo. Una segunda sección que mide variables exógenas que influyen en el nivel de apoyo de los residentes para la actividad turístico-deportiva: la participación de los residentes en su comunidad, las percepciones sobre la imagen de Gran Canaria como destino turístico-deportivo, el apego comunitario y la calidad de vida percibida por parte de los residentes. Finalmente, se preguntó a los encuestados sobre su apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo como variable dependiente fundamental. Una última sección hace referencia a la información sociodemográfica de los encuestados y patrones de residencia: edad, género, práctica de actividad física, tiempo residiendo en la isla, ocupación, estado civil, nivel educativo, ingresos anuales y orientación ideológico/política.

El instrumento fue desarrollado en base a una revisión de la literatura sobre las percepciones de los residentes hacia el turismo (Delamere, 2001; Kim & Walker, 2012; Lankford & Howard, 1994; Mayfield & Crompton, 1995; Weed, 2005). Los instrumentos utilizados en la bibliografía anteriormente mencionada han sido probados para verificar la consistencia interna y la validez de la construcción (Andereck et al., 2005; Ap & Crompton, 1998; Ko & Stewart, 2002).

La validez y el contenido del cuestionario preliminar se evaluó a través de un grupo focal y un panel de expertos. En primer lugar, se realizó un grupo focal con cuatro estudiantes de doctorado cuya especialidad es la gestión deportiva, con el objetivo de establecer la lista de factores relacionados a los impactos asociados al turismo deportivo. Cada participante evaluó exhaustivamente un modelo preliminar de cinco factores (impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales y políticos) bajo dos dimensiones (impactos positivos y negativos) basadas en sus opiniones. Seguidamente, los miembros del grupo informaron de sus opiniones a los investigadores como medida de retroalimentación proporcionando un documento preestablecido que permitiera recopilar sus sugerencias para construir constructos de mayor validez.

Una vez recopilada la información proporcionada por el “focal group”, un grupo de expertos revisó el cuestionario resultante. Los expertos para este estudio incluyeron tres profesores universitarios con experiencia contrastada en la gestión deportiva y con estudios previos relacionados con las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados a eventos deportivos. Cada experto examinó la relevancia, la representatividad, la claridad, el formato y la redacción de los ítems, el contenido de las escalas en el cuestionario y otras secciones asociadas recomendadas por la revisión anterior (Babbie, 1992). A consecuencia de la retroalimentación, el cuestionario preliminar fue modificado, revisado y mejorado para una mejora en la claridad y validez. Después de la modificación, se realizó un estudio piloto con el objetivo de

examinar la validez del contenido con la perspectiva de la población objetivo y evaluar la fiabilidad de las escalas desarrolladas.

La recopilación de la muestra para este estudio piloto se llevó a cabo en diferentes municipios de la isla de Gran Canaria. Se adoptaron las recomendaciones de Hair, Black, Babin, Anderson y Tatham (2006) y Kline (2005) para determinar el tamaño apropiado de la muestra. Sobre la base de la recomendación, el tamaño de la muestra objetivo fue de al menos 10 encuestados por cada ítem de la escala más extensa observada. Los datos se recopilaron utilizando un método de localización espacial de los residentes locales. Diez estudiantes graduados capacitados e investigadores fueron reclutados para ayudar con la recolección de datos. Estas se realizaron en varias áreas públicas.

7.2.1 Estudio Piloto

Para la realización de este estudio piloto se extrajeron datos de una muestra formada por 250 personas residentes en Gran Canaria (España) mediante una encuesta estructurada y autoadministrada. La edad media de los encuestados ha sido de 38.82 (DT=16.12), de los cuales un 45.20% eran hombres y 54.80% mujeres.

Maddox (1985) recomendó el uso de una escala tipo Likert como herramienta en la búsqueda del impacto del turismo, debido que posee una mayor eficacia, tanto convergente como discriminante.

El modelo modificado del cuestionario resultante para el estudio principal fue desarrollado incluyendo cinco factores con 24 ítems:

Impacto Económico (8 ítems), Impacto Social (4 ítems), Impacto Cultural (4 ítems), Impacto Medioambiental (4 ítems) e Impactos Políticos-administrativos (4 ítems).

Los resultados obtenidos fueron sometidos a diferentes análisis estadísticos mediante el programa SPSS versión 24 y el programa FACTOR (Lorenzo-Seva y Ferrando, 2007), así como EQS versión 6.1 para realizar el análisis factorial confirmatorio. En primer lugar, se realizaron un análisis factorial exploratorio para los 24 ítems relacionados con los impactos del turismo deportivo. Siguiendo las recomendaciones de Lloret-Segura, Ferreres-Traver, Hernández-Baeza y Tomás-Marco (2014) el análisis factorial exploratorio se realizó mediante el método de extracción de mínimos cuadrados no ponderados y posteriormente una rotación Oblimin directo. Para determinar el número de factores se utilizó el procedimiento del Análisis Paralelo. Para comprobar el ajuste del modelo se analizaron los coeficientes de la raíz media cuadrática residual (RMCR) y el índice gamma o GFI (Tanaka & Huba, 1989), que deben ser inferiores al punto de corte .05 (Harman, 1980) y .95 (Ruiz, Pardo, y San Martín, 2010), respectivamente. Por último, se suprimieron los ítems cuyas cargas factoriales fueran inferiores a 0.40, así como los que presentaban cargas superiores a 0.40 en varios constructos.

Descriptivos

Los estadísticos descriptivos se pueden observar en la tabla 16. Teniendo en cuenta el punto medio de corte 2.50 en una escala Likert de 5 puntos, para aquellas escalas elaboradas en sentido positivo

(impactos económicos, impactos culturales e impactos políticos), las puntuaciones que superen el valor medio corresponderán a una mejor percepción de los impactos, caso contrario al que ocurre con aquellas escalas elaboradas en sentido negativo (impactos sociales e impactos medioambientales), puesto que una valoración inferior al punto medio de corte, obtendrán una mejor valoración de la percepción sobre los impactos en cuestión.

La normalidad fue examinada a través de los valores de asimetría y curtosis, todos ellos inferiores al criterio recomendando por Chou y Bentler (1995) de 3.00.

Tabla 16. Medias, desviaciones típicas, asimetría y curtosis de los impactos percibidos por la población residente.

		Media (DT)	Asimetría	Curtosis
<i>Impactos Económicos</i>				
IE1	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	4.10 (.98)	-.86	.12
IE2	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad.	3.89 (1.05)	-.70	-.13
IE3	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria .	4.14 (.95)	-.86	.00
IE4	El turismo deportivo se beneficia de otros sectores no turísticos en nuestra localidad.	3.68 (1.08)	-.62	-.14
IE5	El turismo deportivo crea más oportunidades de empleo en personas que procedan de fuera de la isla.	3.32 (1.15)	-.22	-.57
IE6	Debido al turismo deportivo, la practica de deporte es más cara para los residentes.	2.85 (1.21)	.07	-.91
IE7	El turista deportivo tiene gran poder adquisitivo.	3.38 (1.06)	-.37	-.32
IE8	El turista deportivo gasta más dinero al día que el turista convencional.	3.13 (1.15)	-.12	-.58
Total		3.56 (.65)	-.53	.48

Tabla 16. (Continuación)

		Media (DT)	Asimetría	Curtosis
<i>Impactos Culturales</i>				
IC1	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	3.72 (1.13)	-.64	-.45
IC2	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.	3.35 (1.21)	-.27	-.78
IC3	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora.	3.81 (1.07)	-.61	-.39
IC4	La demanda comercial de los turistas deportivos provoca cambios en las actividades culturales tradicionales.	2.93(1.12)	-.01	-.66
Total		3.45 (.83)	-.45	-.05
<i>Impactos Políticos</i>				
IP1	En general, creo que los beneficios del turismo deportivo en Gran Canaria son superiores a su coste.	3.51(1.07)	-.34	
IP2	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro.	4.22 (.89)	-1.06	
IP3	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente.	4.34 (.85)	-1.30	
IP4	Creo que la isla <i>debe</i> hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos.	4.16 (.99)	-1.07	
Total		4.05 (.72)	-.91	1.28
<i>Impactos Sociales</i>				
IS1	El turismo deportivo produce masificación de playas, senderos, parques y otros lugares al aire libre en la isla.	2.89(1.26)	.05	
IS2	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	1.80 (1.16)	1.41	
IS3	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes.	2.04 (1,18)	.96	
IS4	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico.	2.36 (1.22)	.50	
Total		2.28 (.93)	.71	-.08

Tabla 16. (Continuación)

		Media (DT)	Asimetría	Curtosis
<i>Impactos Medioambientales</i>				
IM1	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	2.29 (1.25)	.60	-.72
IM2	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.	2.26 (1.19)	.59	-.63
IM3	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.	3.17(1.40)	-.14	-1.23
IM4	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...).	2,68 (1.27)	-.18	-1.01
Total		2.60 (1.03)	.26	-.75

DT= Desviación típica.

Análisis factorial exploratorio

Siguiendo el proceso recomendado por Lloret-Segura et al., (2014), se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) para los 24 ítems asociados a los impactos percibidos por los residentes hacia el turismo deportivo, comprobando mediante el Análisis Paralelo, la solución factorial que mejor se ajustaba al objeto de estudio. No obstante, se eliminaron ocho ítems (IE4, IE5, IE6, IE7, IE8, IC4, IP1, IS1) debido a la inconsistencia teórica y debido a que presentaban unas cargas factoriales inferiores a .40 o superiores a .40 en dos o más factores. Por lo tanto, se realizó un nuevo análisis factorial exploratorio.

7. Método.

Tabla 17. Estructura factorial rotada de la escala de impactos percibidos, comunalidades y alfa de Cronbach.

		F1	F2	F3	F4	F5	Com.
<i>Impactos Económicos</i>							
IE1	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	.923					.807
IE2	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	.754					.622
IE3	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	.575					.507
<i>Impactos Culturales</i>							
IC1	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.		.684				.626
IC2	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.		.790				.658
IC3	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora		.753				.890
<i>Impactos Políticos</i>							
IP2	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro			.700			.548
IP3	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente			.950			.875
IP4	Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos			.531			.556
<i>Impactos Sociales</i>							
IS2	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....				.661		.618
IS3	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes				.871		.790
IS4	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico				.603		.488

Tabla 17. (Continuación)

		F1	F2	F3	F4	F5	Com.
<i>Impactos Medioambientales</i>							
IM1	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.					.952	.890
IM2	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.					.676	.738
IM3	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.					.502	.339
IM4	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)					.460	.440
Alfa de Cronbach	.84	.80	.77	.82	.81		
Autovalor	1.14	4.66	1.80	.80	3.38		
Varianza explicada (%)	7.17	29.10	11.22	5.04	21.13		
Número de ítems		3	3	3	3	4	

Los resultados de este nuevo análisis factorial mostraron un buen ajuste de la estructura factorial ya que el índice RMSR fue de .03, inferior al punto de corte recomendado (<.50), y el valor del índice GFI fue de .99, superior al punto de corte recomendado (> .95). Todas las cargas factoriales de los ítems fueron superiores a .40 y no se observaron cargas factoriales superiores a esta saturación en dos o más factores. De este modo, los cinco factores en los que se agruparon los 16 ítems restantes explicaron un 73.67% de la varianza. Los cinco factores extraídos fueron denominados: “Impactos económicos”, “Impactos culturales”, “Impactos políticos”, “Impactos sociales” e “Impactos medioambientales”. Las escalas mostraron un valor alfa de Cronbach

en los factores de entre 0.77 y 0.84, superiores al límite sugerido para ser utilizado para análisis adicionales (Lance, Butts & Michels, 2006).

Análisis factorial confirmatorio

Una vez realizado el análisis factorial exploratorio, se realizó un siguiente análisis factorial confirmatorio (AFC). Para ello se efectuaron los siguientes pasos: (1) especificación del modelo, (2) identificación, (3) estimación del modelo, (4) ajuste del modelo de prueba y (5) reespecificación del modelo (Tabachnick & Fidell, 2007). Fue sometido al AFC el modelo de cinco factores consistente en las percepciones sobre los impactos asociados al turismo deportivo, con un total de 16 ítems. Los índices de bondad de ajuste mostraron que el modelo de cinco factores se ajustaba a los datos.

La estadística del chi-cuadrado para el modelo obtenido ha sido significativa ($S-B\chi^2=199.02$, $p < .001$). Además, el valor de chi-cuadrado normalizado ($\chi^2/df= 2.12$) estaba por debajo del valor de corte recomendado de menos de 3.00 (Bollen, 1989). El RMSEA (0.069) también indicó un ajuste razonable mientras que el CFI (0.922), el IFI (0.924) y el NNFI (0.901) superaban el valor de corte sugerido ($> .90$) (Hu & Bentler, 1999, Loehlin & Beaujean 2017).

Tabla 18. Índices de bondad de ajuste de la escala de percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo.

Modelo	S-B χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	CFI	IFI	NNFI
5 Factores - 16 ítems	199.02	94	2.12	0.069	0,922	0,924	0,901

Las pruebas de fiabilidad para los factores de los impactos percibidos se examinaron mediante la evaluación de los valores del coeficiente Alfa de Cronbach, la fiabilidad de constructos (CR) y la varianza media extraída (AVE). Los valores Alfa de Cronbach para los factores, tanto para los impactos positivos como negativos percibidos registrados fueron superiores al umbral recomendado de .70 (Fornell & Larcker, 1981). Por último, el valor AVE para los factores que componen los impactos positivos y negativos percibidos oscilaron entre los valores de .59 a .68, superiores al umbral recomendado de .50 (Bagozzi & Yi, 2012).

Tabla 19. Fiabilidad de la escala asociadas a las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo.

	LEC	LCU	LPO	LSO	LMA
AVE	0.58	0.55	0.56	0.52	0.54
FC (CR)	0.80	0.79	0.78	0.76	0.83
√AVE	0.76	0.74	0.75	0.72	0.73
A.CR	0.84	0.80	0.77	0.82	0.81

Nota: FC= Fiabilidad Compuesta; A.CR= Alfa de Cronbach

Además, la validez discriminante se examinó a través de analizar los valores de las correlaciones entre factores. El resultado indicó que todas las cargas entre factores estaban suficientemente por debajo del umbral recomendado (.85) por Kline (2005), en cada una de las dimensiones. Asimismo, se observa como se cumple el criterio de Fornell y Larcker (1981), que indican que la raíz de AVE debe ser superior a cada par de correlaciones.

7. Método.

Tabla 20. Correlaciones en la entre factores asociados a las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo deportivo.

	I.EC.	I.CU.	I.PO	I.SO.	I.MA.
I.EC	<i>0.76</i>				
I.CU	.41*	<i>0.74</i>			
I.PO	.44*	.26*	<i>0.75</i>		
I.SO.	-.14	-.02	-.38*	<i>0.72</i>	
I.MA.	-.01	-.05	-.18*	.60*	<i>0.81</i>

Nota: I.EC=Impactos económicos; I.CU.=Impactos Culturales.; I.PO= Impactos Políticos I.SO=Impactos Sociales; I.MA.=Impactos Medioambientales. *La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). La diagonal ofrece los valores de la $\sqrt{\text{AVE}}$.

En la tabla 21, se pueden apreciar los ítems incluidos en cada uno de los factores del estudio piloto realizado, así como la decisión de inclusión o exclusión del ítem en el estudio final. Además, se describe la justificación por la cual se ha tomado la decisión de incluir o eliminar este ítem del estudio final.

Tabla 21. Propuesta de ítems relacionados con los impactos asociados al turismo activo-deportivo para medir las percepciones de los residentes de Gran Canaria.

Factor	Ítems	Decisión adoptada	Justificación
Impactos económicos	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo se beneficia de otros sectores no turísticos en nuestra localidad	Eliminado	Correlación inter-ítem reducida
	El turismo deportivo crea más oportunidades de empleo en los externos	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador.
	Debido al turismo deportivo, la práctica de deporte es más cara	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador
	El turista deportivo tiene un gran poder adquisitivo	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador
	El turista deportivo gasta más dinero por día	Eliminado	Correlación inter-ítem reducida

7. Método.

Tabla 21. (Continuación)

Impacto político-administrativo	En general, creo que los beneficios del turismo deportivo en Gran Canaria son superiores a su coste.	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro.	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente.	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador
	Creo que la isla debe hacer esfuerzos para atraer a más turistas deportivos	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
Impacto cultural	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	La demanda comercial de los turistas deportivos provoca cambios en las actividades y culturas tradicionales.	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador

Tabla 21. (continuación)

Impacto medioambiental	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador
	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
Impacto social	El turismo deportivo produce la masificación de playas, senderos, parques y otros lugares al aire libre en la isla	Eliminado	Decisión adoptada entre profesores e investigador
	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.
	He sufrido las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	Se mantiene	Buena correlación inter-ítem.

7.3.- Procedimiento

A continuación, se describirá el procedimiento llevado a cabo para la elaboración de este estudio. Se comienza con la descripción del plan de muestreo, seguida del protocolo elegido para obtener el tamaño muestral adecuado, finalizando con una descripción del procedimiento para la recopilación de datos así como la selección de muestra.

7.3.1 Plan de muestreo

Para la recogida de información se utilizó como referencia la adaptación de diferentes escalas que miden las percepciones de los residentes hacia los impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales y políticos asociados al turismo deportivo, sobre la localidad en cuestión, así como diferentes escalas para medir las percepciones de los residentes sobre la calidad de vida, imagen, apego hacia la comunidad. Además se completó el cuestionario con una escala que mide el grado de apoyo de los residentes hacia el turismo deportivo en la isla.

La recogida de la muestra se llevó a cabo mediante un muestreo estratificado proporcional por cuota de sexo, donde la última unidad muestral ha sido el municipio. En esta sección se explican el marco de muestreo y el tamaño de la muestra.

El marco de muestreo es la lista o cuasi-lista de unidades que componen una población de la cual se selecciona una muestra (Babbie, 1992). Cuando no se dispone de dicha lista, la muestra se extrae sobre la base

de una norma explícita (Trochim & Donnelly, 2005). En el presente trabajo, el marco muestral han sido todos los residentes mayores de edad, cuya residencia se encuentra en la isla de Gran Canaria. Por ese motivo, el estudio utilizó una selección aleatoria sistemática (Knoke, Marsden & Kalleberg, 2002) para extraer la muestra, basada en la regla explícita de tomar la muestra en diferentes puntos de Gran Canaria, siguiendo una ruta predeterminada en cada uno de los municipios, haciendo hincapié en el número de residentes del municipio para la obtención de muestra, realizando un sesgo proporcional al porcentaje de residentes en la isla según sexo, así como atender en mayor medida a las zonas donde existe una mayor densidad de población o actividad turística.

7.3.2 Tamaño de la muestra

Para determinar el nivel de confianza de la muestra, se consideraron los siguientes factores: error de muestreo, tamaño de la población, precisión deseada, heterogeneidad de la población, recursos disponibles (Alreck & Settle, 2004) y tasa de respuesta esperada. La muestra de la población era de 727.124 residentes en Gran Canaria, basada en el registro del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2017). El tamaño de la muestra se calculó usando la siguiente ecuación (Dillman, 2011):

$$N_s = \frac{(N_p)(P)(1-P)}{(N_p - 1)(B/C)^2 + (P)(1-P)}$$

Dónde:

NS= tamaño de la muestra completa necesario para el nivel de precisión deseado.

Np = tamaño de la población.

P = proporción de la población que se espera escoja una de las dos categorías de respuesta.

B = cantidad aceptable de error de muestreo.

C = Estadística asociada con el nivel de confianza; 1,96 corresponde al IC del 95%.

En este estudio, con una muestra de población de 727.124 residentes, el tamaño final de 607 residentes determinó un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 3,9%.

7.3.3 Procedimientos de selección de muestras y recopilación de datos.

Un cuestionario auto-administrado fue entregado en mano a residentes seleccionados aleatoriamente por el investigador y un equipo de colaboradores previamente instruidos para la tarea, debido a que las tasas de respuesta son más altas con este método que con otros métodos (Andereck & Vogt, 2000). Las zonas donde se procedió a la recopilación de la muestra se seleccionaron mediante muestreo sistemático con un punto de recogida previamente seleccionado. Específicamente, la zona de recogida de muestra era seleccionada a razón de una serie de características como la afluencia de residentes y

cercanía a puntos turísticos. Por otro lado, se intentó que los lugares de selección de muestra se distribuyera por la mayor superficie posible de la isla.

Por otro lado, parte de la muestra fue recogida mediante una adaptación online del cuestionario que fue compartida por el investigador y colaboradores a través de distintas redes sociales. Durante este proceso el investigador se cercioró de que la muestra fuera correcta descartando aquellos cuestionarios cumplimentados por personas que no cumplieran con los criterios de muestra (mayoría de edad, residencia en la isla).

En cada caso, se certificó que la persona que cumplimentara el cuestionario tuviera al menos 18 años de edad. Se utilizó un protocolo específico para explicar brevemente la encuesta, e incluyó su importancia en la comunidad, una solicitud para responder, una explicación de la naturaleza voluntaria y confidencial de sus respuestas, y aproximadamente cuánto tiempo tomaría completar la encuesta. Si la persona no cumplía o estaba en desacuerdo con algún parámetro de los previamente descritos la encuesta era descartada.

Después de distribuir los cuestionarios, se recogieron 659 encuestas. Aunque la mayor parte de los cuestionarios tenían cumplimentadas las respuestas a todos los ítems, algunas de ellas tenían muchas respuestas sin cumplimentar. El borrado de listas es un método utilizado para tratar datos incompletos, a través del cual se excluyen de todos los cálculos los casos que tienen valores omitidos para cualquier elemento que contribuya a una variable en los datos. Los cuestionarios con respuestas no cumplimentadas se eliminaron de la muestra utilizando el método de

7. Método.

borrado de listas (Byrne, 2016), basado en reglas predeterminadas diseñadas por la autora.

La desventaja del método de eliminación de listas es la pérdida de información resultante del tamaño de la muestra. Sin embargo, se utilizó esta supresión de cuestionarios porque había un número suficiente de muestra para el análisis propuesto después de eliminar los cuestionarios.

Utilizando el enfoque de eliminación de listas, se eliminaron un total de 52 encuestas de la muestra. Después de eliminar los casos según el método de lista, todavía existían casos con valores perdidos. Estos casos se proporcionaron con la puntuación media de todos los casos para el constructo dado según el método de imputación medio.

Tabla 22. Cuestionarios completados correctamente

	Cantidad de cuestionarios
Cuestionarios online	150
Cuestionarios en papel	457
Total	607

7.4 Análisis de datos

Para el análisis estadístico de los datos de esta investigación se han utilizado varios programas informáticos. Por una parte, para todo lo referente a los estadísticos descriptivos (medias, desviaciones típicas, frecuencias y porcentajes) se llevaron a cabo tareas con el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science, Versión

24). Asimismo, se ha utilizado este mismo programa informático para realizar el análisis de regresión lineal múltiple.

Por otra parte, para realizar el análisis factorial exploratorio, se ha utilizado el programa FACTOR Analysis (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2013). También, para realizar el análisis factorial confirmatorio se utilizó el programa EQS (Structural Equation Modeling Software) en su versión 6.2.

Por su parte, para el cálculo de los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado los programas EQS (versión 6.2) así como el paquete estadístico SmartPLS (versión 3.0). Además, se ha utilizado el programa fsQCA para realizar los análisis de suficiencia y necesidad.

Finalmente, se empleó la macro PROCESS, insertada en SPSS (versión 24), para observar la mediación entre las variables apego, imagen de la localidad o la calidad de vida de los residentes.

Tabla 23. Relación entre los objetivos del estudio, tipos de análisis realizado y software empleado

Objetivo	Objetivos generales y específicos	Tipo de Análisis	Programa utilizado
G.1	Conocer las percepciones de los residentes de Gran Canaria sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo y su apoyo al desarrollo de este en la comunidad.	- Análisis descriptivo	- SPSS 24
G.2	Valorar el grado de apoyo al desarrollo de este en la comunidad por parte de los residentes.	- Análisis descriptivo	- SPSS 24
E.1	Desarrollar y validar una escala que permita conocer las percepciones asociadas al turismo activo-deportivo de los residentes de Gran Canaria.	- Análisis factorial exploratorio - Análisis factorial confirmatorio	- FACTOR Analysis - EQS 6.2
E.2	Conocer las preferencias hacia las actividades activo-deportivas que se desarrollan dentro del sector	- Análisis descriptivo	- SPSS 24
E.3	Profundizar en el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo atendiendo a distintas variables sociodemográficas	- Análisis descriptivos - Pruebas t - ANOVA	- SPSS 24

Tabla 23 (continuación)

E.4	Averiguar que variables de impactos asociados a la actividad turístico-deportiva inciden en las percepciones de los residentes.	- Análisis factorial exploratorio - Análisis factorial confirmatorio. - Regresión lineal múltiple	- FACTOR Analysis - EQS 6.2
E.5	Analizar la disposición de apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo la isla y la percepción de los residentes utilizando diferentes metodologías.	- Modelo de ecuaciones estructurales (SEM) - Análisis de necesidad y suficiencia (Qualitative Comparative Analysis, fuzzy-set)	- SPSS 24 - EQS 6.2 - SmartPLS 3.0 - fsQCA
E.6	Considerar la relación que existe entre los impactos percibidos y el efecto mediador que ejercen variables como la calidad de vida de los residentes, las percepciones sobre la imagen de la comunidad, el apego a la localidad.	- Análisis de mediación.	- PROCESS 3.0 (SPSS 24)

Análisis descriptivo.

Para realizar la descripción de la muestra se obtuvieron datos socioeconómicos y demográficos tales como el sexo, edad, ocupación, nivel de ingresos y nivel educativo. Además, se obtuvieron datos como el tiempo de residencia en la isla, municipio de residencia estado civil o la orientación ideológica o política.

Por otra parte, para realizar el cálculo del análisis diferencial se utilizaron, por un lado, pruebas t para muestras independientes, y por otro lado ANOVA de un factor, aplicando la prueba de contraste de Bonferroni para determinar las diferencias entre categorías o subgrupos de variables cuando las prueba de Levene indicaba que las varianzas eran homogéneas y la prueba de Tamhane cuando indicasen que las pruebas no eran homogéneas.

Para valorar las diferencias estadísticamente significativas entre grupos en el cálculo de las pruebas t realizadas, se ha realizado el cálculo de diferencias propuesto por Cohen (1988). Cohen definió “*d*” como la diferencia entre las medias, divididas por la desviación estándar. El análisis se hace de forma que la diferencia sea positiva si está en la dirección de mejora y negativa si está en la dirección de disminución. El análisis de “*d*” es una medida descriptiva, por lo que el autor para cuantificarlo, definió que los tamaños de los efectos deberían situarse alrededor de: $d = 0.20$, pequeño; $d = 0.50$, medio; y $d = 0.80$, grande; destacando el valor orientativo de estos para su uso en el análisis. Además se ha calculado el valor de “*r*” que mide la fuerza que tiene la asociación entre variables, valorando el tamaño del efecto de esta

relación. Los tamaños generalmente se definen como pequeños aquellos que están alrededor de $r=0.10$, medianos los que se sitúan alrededor de $r=0.30$ y grandes los que se sitúan alrededor de $r=0.50$.

Análisis factorial exploratorio

Siguiendo las recomendaciones de Lloret-Segura et al. (2014), se procedió a realizar un análisis factorial exploratorio (AFE) mediante el método de extracción de Máxima Verosimilitud (MV), siendo la distribución aproximadamente normal de los ítems que componen la escala (valores de asimetría y curtosis inferiores a 3 o -3). Seguidamente, se utilizó como método de rotación Oblimin directa normalizada y para determinar el número de factores se utilizó el método de Análisis Paralelo.

Para comprobar el ajuste del modelo extraído, se han analizado los coeficientes de la raíz media cuadrática residual (RMSR) ($<.05$; Harman, 1980), así como el índice gamma o bondad de ajuste (GFI) ($>.95$; Ruiz et al., 2010), planteado por Tanaka y Huba (1989). De la misma manera, se indicaron las medidas de adecuación muestral de Kaise Meyer Olkin (KMO) y el test de esfericidad de Barlett.

Para un ajuste correcto de las escalas, los ítems con cargas factoriales inferiores a .40 o por encima de este valor en dos o más factores fueron suprimidos previa ejecución del siguiente AFE. Se cercioró de que las escalas extraídas obtuvieran al menos tres indicadores (Lloret-Segura et al., 2014), comprobando finalmente la interpretabilidad teórica de la solución factorial extraída del AFE.

Análisis factorial confirmatorio

Para conocer la validez y la utilidad de la escala propuesta para el desarrollo del estudio, Meyers, Gamst y Guarino (2006) señalan que el análisis factorial confirmatorio (AFC) es más concluyente que el análisis factorial exploratorio, puesto que este último únicamente proporciona la demostración inicial de factores apreciables en la escala. Puesto que se ha realizado una adaptación de los ítems extraídos y adaptados de estudios previos, se ha decidido aplicar el AFC como medida de consistencia en la escala desarrollada, lo que permite confirmar que los indicadores únicamente tenían un constructo común (Sethi & King, 1994). Asimismo, indica Hinkin (1998), los constructos con ajustes incoherentes deben ser reestructurados con la supresión de indicadores que no permitan mantener la unidimensionalidad de la medición.

Para realizar el AFC, Bentler (2007) recomienda aplicar el método Robusto de Estimación de Máxima Verosimilitud (MVR) con el objetivo de corregir una posible ausencia de normalidad multivariante utilizando criterios estadísticos como el χ^2 propuesto por Satorra-Bentler (Chou, Bentler & Satorra, 1991).

Por lo tanto, la evaluación del ajuste global se realizó mediante diferentes índices de bondad de ajuste como la significación del Chi-cuadrado y de la corrección robusta que proporciona Satorra-Bentler (S-B χ^2) (Bentler, 2007; Kline, 2005; Satorra & Bentler, 1994). También se calcularon coeficientes que permiten comprobar la adecuación del modelo propuesto como el ratio el ratio de χ^2 y sus

grados de libertad (χ^2/gl ; Wheaton, Muthén, Alwin & Summers, 1977), los coeficientes de los índices de bondad de ajuste robustos de los modelos propuestos correspondientes al Índice de Ajuste No Normado (NNFI= ; Hu & Bentler, 1995), el Índice de Ajuste Comparado (CFI; Bentler, 1990) y el Índice de Ajuste Incremental (IFI) todos ellos comparados con los índices de ajuste previamente establecidos en la bibliografía ($\geq .90$; Browne & Cudeck, 1992; Hu & Bentler, 1999) así como el *Root Mean-Square Error of Approximation* (RMSEA, $\leq .08$; Browne & Cudeck, 1992; Hu & Bentler, 1999)

Para evaluar la fiabilidad de la escala, se han tenido en cuenta medidas como el Alfa de Cronbach, la Fiabilidad Compuesta (FC) y la Medida de la Varianza Extraída (AVE) de cada uno de los factores (Hair et al., 2006). También se comprobó la validez convergente mediante la significatividad de las cargas factoriales en cada una de las dimensiones correspondientes y los valores de las pruebas t asociadas. Por su parte, la validez discriminante se evaluó mediante el método que sugieren Fornell y Lacker (1981) donde la raíz cuadrada del valor AVE de los factores, es mayor que los coeficientes de correlación entre cada uno de los factores de la escala propuesta. Por su parte, Kline (2005) sugiere que las correlaciones entre diversos pares de factores deben situarse por debajo de .85.

Análisis de regresión lineal múltiple

El análisis de regresión puede utilizarse para predecir una variable de resultado basada en una variable predictora (Field, 2005). La regresión múltiple es una extensión de la regresión simple que en lugar de utilizar

valores en una variable independiente o predictora para estimar valores en una variable dependiente/criterio, utilizan valores en varias variables independientes o predictoras (Peña, 2013). La regresión múltiple establece la efectividad de un conjunto de variables independientes para explicar la proporción de la varianza en una variable dependiente utilizando una prueba de significancia de R. Al comparar las ponderaciones beta, la regresión múltiple determina qué variables independientes son los predictores más fuertes de las variables dependientes (Cohen & Cohen, 1983). Para poder sacar conclusiones sobre una población basada en un análisis de regresión, es necesario cumplir con los supuestos de linealidad; normalidad multivariada; homoscedasticidad; independencia de errores; y ausencia de multicolinealidad. Además de estos supuestos, todas las variables predictoras deben ser cuantitativas o categóricas, y la variable de resultado debe ser cuantitativa y continua.

El supuesto de linealidad hace referencia a la relación lineal entre dos variables. La ausencia de linealidad se determina a partir de los residuos incluidos en el análisis de la variable pronosticada o de las zonas de dispersión bivariada entre pares de variables (Tabachnick & Fidell, 2007). Asimismo, la suposición de la normalidad multivariada es la suposición de que cada variable y todas las combinaciones lineales de las variables se distribuyen normalmente (Tabachnick & Fidell, 2007). La normalidad fue examinada en términos de asimetría y curtosis. La homoscedasticidad hace referencia a que la varianza de los términos residuales debe ser constante en cada nivel de la variable o variables

predictoras (Field, 2005). La homoscedasticidad puede comprobarse mediante diagnósticos casuísticos. En el caso de los diagnósticos casuísticos, se espera que el 95% de los casos en los datos tengan residuos estandarizados dentro de $\pm 2,5$.

La independencia de errores personaliza que los términos residuales no deben estar correlacionados en ninguna de las dos observaciones.

La suposición de ausencia de multicolinealidad sugiere que no existe una fuerte correlación entre dos o más predictores en un modelo de regresión (Field, 2005). Este hecho se evalúa mediante la obtención de coeficientes de correlación para cada una de las variables predictoras. Los coeficientes de correlación superiores a 0,8 indican la presencia de multicolinealidad.

Modelo de ecuaciones estructurales EQS

Para evaluar el modelo utilizando EQS 6.2 se ha empleado un análisis procedimiento similar al realizado en el AFC, evaluando el ajuste global del modelo con los índices de ajuste anteriormente mencionados Satorra Bentler chi-cuadrado (S-B χ^2), grados de libertad (gl); Error de Aproximación Cuadrático Medio (RMSEA); Intervalo de Confianza (IC); Índice de Ajuste Comparado (CFI); Índice de Ajuste No Normado (NNFI); Índice de Ajuste Incremental (IFI).

Modelo de ecuaciones estructurales SmartPLS

Para evaluar el modelo utilizando el método *Partial Least Squar* (PLS) ha sido utilizado el paquete estadístico SmartPLS, en el cual se emplea un enfoque de análisis en dos etapas: en primer, una evaluación del

modelo de medición, y en segundo lugar, una evaluación estructural del modelo.

En la primera etapa del análisis, se debe confirmar la aceptabilidad del modelo de medición (Hair et al., 2014). La evaluación del modelo de medición implica una evaluación de la validez y fiabilidad de las variables latentes. La validez, a su vez, comprende dos tipos: convergente y discriminante. Evaluar la fiabilidad y validez del modelo implica valorar las relaciones entre las variables latentes y sus ítems asociados, lo que se realiza a través de dos coeficientes clave: fiabilidad compuesta (CR) y varianza media extraída (AVE) (Chin 2010; Hair, Ringle & Sarstedt 2011).

Al evaluar la fiabilidad de un modelo, se debe tener en cuenta que la carga de cada indicador en su variable latente asociada, cotejada con un umbral. En general, la carga debe ser superior a .70 para que la fiabilidad del indicador se considere aceptable (Hair, et al., 2011). Asimismo, una carga inferior a .40 indica que se debe considerar eliminar ese ítem, y los ítems cuya carga se sitúen entre .40-.70 deben ser considerada su eliminación si aumentan el CR y AVE por encima del umbral establecido (Chin 2010; Hair et al., 2011). Para medir la fiabilidad del indicador, se han utilizado los valores de Alfa de Cronbach.

Para establecer una validez discriminante, se debe cumplir el criterio Fornell-Larcker previamente descrito, según el cual la raíz cuadrada del AVE para cada constructo debe ser mayor que todas las correlaciones entre los otros constructos del modelo (Chin 2010; Hair et al., 2011).

Además, se ha calculado la proporción heterotrait-monotrait (HTMT), recientemente establecido como un criterio superior en comparación con los métodos de evaluación más tradicionales como el criterio Fornell-Larcker (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015)

Para descartar problemas de multicolinealidad, se ha calculado el factor de inflación de varianza (VIF) con un análisis de regresión, un VIF mayor que diez indica un problema de multicolinealidad (Myers, 1990). En la segunda etapa de análisis, se ha evaluado el modelo estructural mediante el valor R^2 como indicativo de la potencia explicativa del modelo (Hair et al. 2011). Además, se calcularon los valores de la SRMR como modelo aproximado adecuado para PLS-SEM (Henseler, Hubona & Ray 2016). Un valor de SRMR inferior a .08 puede considerarse aceptable para PLS-SEM (Henseler et al., 2016).

Análisis QCA

El análisis cualitativo comparativo (QCA) es una técnica de análisis basada en la teoría de conjuntos. Este análisis permite realizar un análisis en profundidad de cómo las condiciones causales conducen a un resultado, lo que se denomina equifinidad (Prado-Gascó & Calabuig-Moreno, 2016). Mediante esta metodología, la influencia de un factor particular en un resultado específico depende de cómo ese factor se combina con otros factores.

Tal como señalan Palacios-Marques, Roig-Dobón y Comeig (2017), QCA está demostrando ser una metodología cada vez más emergente en el campo de las ciencias sociales. Por este motivo, gran variedad de estudios que están utilizando esta metodología (Calabuig-Moreno,

Prado-Gascó, Crespo-Hervás, Núñez-Pomar & Añó-Sanz, 2016; Dul 2016; Fiss 2011; González-Serrano, Calabuig-Moreno, Crespo-Hervás & Prado-Gascó, 2017; Prado-Gascó & Calabuig Moreno, 2016). Según Ragin (2009), en QCA priorizan la importancia de la combinación de las variables o condiciones para obtener un resultado determinado e intenta explicar la relación entre las condiciones y el resultado en términos de necesidad y suficiencia (Schneider & Wagemann, 2012)

Para realizar el análisis QCA, se realiza un análisis descriptivo en el cual se calculan los valores de calibración. Seguidamente, las variables deben ser calculadas multiplicando las puntuaciones de los ítems que la componen. A continuación, se debe recalibrar las respuestas considerando tres umbrales (Woodside, 2013): percentil 10% (bajo acuerdo o totalmente fuera de la categoría), percentil 50% (nivel intermedio de acuerdo o ni dentro ni fuera de la categoría) y percentil 90% (alto acuerdo o totalmente en la categoría), mediante el programa informático fsQCA, y se deben transformar las respuestas fuzzy-set, así como eliminar todos los casos perdidos. Este será el método de recalibración utilizado en la presente investigación.

Para finalizar, se han de realizar los análisis de necesidad y suficiencia para evaluar el efecto de las diferentes variables propuestas considerando tanto la presencia como la ausencia de estas variables en la solución. Los modelos fsQCA generan tres posibles soluciones: compleja, parsimoniosa e intermedia siendo esta última, la que se utilizará para la interpretación del análisis como Ragin (2009)

recomienda, y otros autores han utilizado en sus investigaciones (González-Serrano et al, 2017; Eng & Woodside, 2012).

Análisis de mediación

Para probar el efecto mediador de las variables se ha seguido el enfoque clásico de pasos causales de Baron y Kenny (1986). Los autores indican que para establecer la mediación deben cumplirse cuatro condiciones: en primer lugar, debe establecerse un vínculo directo entre la variable independiente y la variable dependiente; en segundo lugar, la variable independiente debe estar relacionada con la variable mediadora; en tercer lugar, el mediador debe estar significativamente relacionado con la variable dependiente cuando tanto la variable independiente como la mediadora son predictores de la variable dependiente; y en cuarto lugar, la relación entre la variable independiente y la variable dependiente debe reducirse significativamente cuando se añade el mediador.

La mediación completa se establece cuando los coeficientes de trayectoria para la variable independiente en la primera condición son significativos y los mismos coeficientes no son significativos en la última condición. Asumiendo que las cuatro condiciones se cumplen, se apoya la mediación parcial (Baron & Kenny, 1986).

Asimismo, para evaluar la importancia de los efectos mediadores se ha aplicado la prueba estadística z de Sobel (Sobel, 1982). Si el valor de z es superior a 1,96 ($p < 0,05$), se admite el efecto mediador.

CAPÍTULO VIII.

RESULTADOS

8. Resultados

Durante el siguiente capítulo, se expondrán los resultados obtenidos del análisis de los datos, con el propósito de dar respuesta a los objetivos planteados en el capítulo cuatro de este trabajo. El primer apartado centrará su atención en las propiedades psicométricas de la escala, atendiendo a los impactos asociados a la percepciones de los residentes sobre el turismo, revisando los análisis de validez y fiabilidad de la escala para la muestra objeto del estudio. Seguidamente, se analizarán y explicarán los resultados descriptivos relacionados con los diferentes ítems que componen la escala, así como del resto de variables y dimensiones consultadas en el estudio a los residentes. Posteriormente, se analizarán las percepciones según diferentes aspectos de participación comunitaria de los residentes, así como en función de diferentes variables sociodemográficas analizadas. A continuación, se expondrán los resultados de los modelos de relaciones causales analizados, describiendo lo acaecido mediante el análisis de regresión lineal múltiple, los modelos de ecuaciones estructurales y el análisis comparativo cualitativo.

Finalmente, se expondrán los resultados del análisis del efecto mediador que tienen las variables calidad de vida, imagen y apego con respecto a la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo activo-deportivo y el apoyo al desarrollo del sector.

8.1 Propiedades psicométricas de las escalas.

En el siguiente apartado se analizarán las propiedades psicométricas correspondientes a la escala de medida de las percepciones asociadas a los impactos derivados del turismo deportivo, lo que permitirá la consecución de uno de los objetivos principales del estudio. Este proceso comienza con una selección de ítems recopilados desde la bibliografía existente en temática turística y su agrupación en las diferentes dimensiones a analizar, proceso que ha sido detallado en el apartado dos del capítulo método. Además, para tal cometido, se ha detallado en la primera parte de ese mismo apartado, la elaboración del estudio piloto, como paso previo a la elaboración de la escala definitiva. Por ese motivo, en este apartado se partirá desde los ítems seleccionados en el estudio piloto previo.

Para analizar la validez de la escala se examinó la validez interna, la del constructo, así como la validez de criterio. La validez de las escalas ha quedado patente en el estudio piloto, así como estudios previos que han utilizado indicadores similares para analizar la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo (Delamere, 2001; Kim & Walker, 2012; Lankford & Howard, 1994; Mayfield & Crompton, 1995; Weed, 2005). Para comprobar la validez interna de la escala, se han utilizado diversos análisis exploratorios (AFE) y confirmatorios (AFC). Por lo que respecta a la validez del constructo, se determinó mediante un análisis de la validez convergente y discriminante.

A la hora de utilizar el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), la

determinación del tamaño de muestra se cuestiona en un área de debate (Kline, 2005). Algunos autores como Hair et al. (2006) indican que por cada parámetro estimado se debe obtener diez participantes. Asimismo, los autores indican que en casos de incumplimiento de la normalidad multivariante, el ratio debe incrementarse a 15 sujetos por indicador. Por otra parte, a medida que el tamaño de la muestra aumenta, se incrementa la sensibilidad del método de Máxima Verosimilitud, lo que provoca que los indicadores y medidas de calidad de ajuste presenten un ajuste pobre (Tanaka, 1987). A pesar de no existir consenso sobre el tamaño de muestra óptimo, diversos autores recomiendan 200 casos como “tamaño de muestra crítico” (Hair et al., 2006; Kline, 2005). Por consecuencia, las muestra superiores a 200 casos se aseguran que los índices de bondad de ajuste no están inflados a consecuencia de muestras pequeñas (Anderson & Gerbing, 1988).

En este trabajo, se ha decidido realizar una división del conjunto total de la muestra ($N= 607$) en dos partes, una primera mitad destinada a realizar el AFE ($N=304$) y una segunda mitad para el AFC ($N=303$). Con ello se evita que el incremento de la muestra (superior a 500 casos) provoque que los indicadores y medidas de calidad de ajuste presenten un ajuste deficiente (Tanaka, 1987).

8.1.1 Escalas de impactos asociados a la percepciones sobre el turismo deportivo.

Se analizaron las propiedades de los ítems correspondientes a cada una de las dimensiones propuestas. De este modo, en la tabla 24 se pueden comprobar los datos de los ítems agrupados por dimensiones: la media (M), desviación típica (DT), correlación ítem-total (r_{ix}), el alfa de Cronbach si se elimina dicho ítem ($\alpha-x$) y los valores de asimetría y curtosis.

Como se aprecia, los indicadores presentan coeficientes de correlación ítem-total elevados ($>.30$). La escala de percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo deportivo en su conjunto presenta un buen coeficiente de fiabilidad ($\alpha=.79$). Los valores de fiabilidad por separado de las escalas se sitúan en .79 para los impactos económicos, .74 para los impactos culturales, .81 para los impactos político-administrativos, .78 para los impactos sociales y .82 para los impactos medioambientales.

También se observan los valores de asimetría y curtosis para cada uno de los indicadores. Según Hair et al. (2006), los valores superiores a ± 2.58 rechazan el principio de normalidad con un nivel de probabilidad de .01 y los valores por encima de ± 1.96 rechazan dicho principio con un nivel de probabilidad de .05. Se puede comprobar que los valores de asimetría y curtosis son aceptables ya que son inferiores a 3.00 en todos los ítems (Chou & Bentler, 1995).

Tabla 24. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de percepciones de los residentes sobre los impactos asociados turismo activo-deportivo

Cuestionario completo ($\alpha=.79$).	Media (DT)	r_{jx}	$\alpha-x$	Asimetría	Curtosis
<i>Impactos Económicos: $\alpha=.79$</i>					
El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	4.12 (.96)	.641	.704	-.94	.40
El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	3.89 (1.04)	.652	.692	-.66	-.28
El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	4.09 (.96)	.601	.745	-.91	.28
<i>Impactos Culturales: $\alpha=.74$</i>					
El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	3.65 (1.07)	.541	.690	-.45	-.49
El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.	3.33 (1.18)	.561	.673	-.20	-.80
El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	3.84 (1.02)	.612	.614	-.62	-.21

8. Resultados

Tabla 24. (continuación)

Impactos Político-administrativos $\alpha=.81$

La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro	4.19 (.90)	.685	.702	-.96	.61
Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente	4.35 (.86)	.707	.684	-1.40	1.84
Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos	4.23 (.99)	.580	.820	-.86	1.61

Impactos Sociales $\alpha=.78$

El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	1.79 (1.15)	.618	.706	1.40	.87
El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	1.97 (1.16)	.737	.573	1.03	.07
Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	2.36 (1.23)	.515	.819	.54	-.67

Impactos Medioambientales $\alpha=.82$

El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	2.21 (1.23)	.725	.735	.71	-.54
El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.	2.25 (1.20)	.721	.738	.62	-.61
Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.	3.19 (1.38)	.493	.848	-.22	-1.14
El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	2.65 (1.24)	.655	.767	.24	-.91

Nota. M=Media; DT= desviación típica; rjx= correlación ítem-total; α -x= alpha de Cronbach si se elimina el elemento; A= asimetría; '= curtosis.

8.1.1.1 Análisis factorial exploratorio

Tras analizar las propiedades de los ítems y la fiabilidad de la escala de impactos asociados a la percepción de los residentes sobre el impacto del turismo deportivo en Gran Canaria, se comprobó la validez interna mediante análisis factorial exploratorio y confirmatorio. Teniendo en cuenta los valores de asimetría y curtosis inferiores a 2, se realizó el análisis factorial exploratorio (AFE) siguiendo el proceso recomendado por Lloret-Segura et al. (2014), mediante la utilización del método de Máxima Verosimilitud (MV). Este método es recomendable cuando la distribución de los ítems es aproximadamente normal (valores de asimetría y curtosis menores a -2 o 2) (Lloret-Segura et al., 2014). Para determinar el número de factores en los que se agrupan los ítems se utilizó un análisis paralelo y la rotación Oblimin directo normalizada para la extracción de los factores.

El AFE realizado mediante el programa FACTOR (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2006) con los 16 ítems de la escala de impactos asociados a las percepciones de los residentes hacia el turismo deportivo, recomendó la agrupación de los ítems en cinco factores comunes.

En la tabla 25 se muestran los indicadores que integran cada dimensión después del AFE. También se indica la categoría de impacto propuesta por los investigadores y destacada en la estructura del cuestionario del capítulo de método. El ajuste de esta solución fue adecuado con un valor de RMSR de .02 ($<.05$; Harman, 1980) y un índice GFI de .99 ($>.95$; Ruiz et al., 2010). El índice Kaiser Meyer Olkin (KMO) de adecuación

8. Resultados

muestral también presentó un valor óptimo (KMO= .81) y el test de esfericidad de Barlett fue significativo ($\chi^2= 1728.1$; gl=120; $p\leq.000$). La varianza explicada por los cinco factores fue de 72.23%.

Tabla 25. Estructura factorial rotada de la escala de impactos percibidos, comunalidades y alfa de Cronbach.

		F1	F2	F3	F4	F5	Com.
<i>Impactos Económicos</i>							
IE1	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	.748					.626
IE2	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	.783					.579
IE3	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	.598					.488
<i>Impactos Culturales</i>							
IC1	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.		.705				.501
IC2	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.		.742				.543
IC3	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora		.713				.606
<i>Impactos Políticos</i>							
IP2	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro			.835			.705
IP3	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente			.834			.790
IP4	Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos			.587			.513

8. Resultados

Tabla 25. (continuación)

		F1	F2	F3	F4	F5	Com.
<i>Impactos Sociales</i>							
IS2	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....				.742		.654
IS3	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes				.800		.730
IS4	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico				.557		.380
<i>Impactos Medioambientales</i>							
IM1	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.					.796	.733
IM2	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.					.725	.725
IM3	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.					.745	.465
IM4	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)					.684	.552
Alfa de Cronbach		.79	.74	.81	.78	.82	
Autovalor		4.71	1.29	1.80	1.05	2.71	
Varianza explicada (%)		29.45	8.05	11.24	6.58	16.91	
Número de ítems		3	3	3	3	4	

8.1.1.2 Análisis factorial confirmatorio

Siguiendo las recomendaciones sugeridas por el método de Análisis Paralelo, se realizaron un análisis factorial confirmatorio (AFC) con el objetivo de comprobar la estructura factorial extraída por el AFE (16 ítems agrupados en cinco dimensiones).

Primeramente se aplica el AFC sobre la estructura factorial extraída del AFE en la cual se observan los ajustes obtenidos en este modelo. Este modelo presenta un chi-cuadrado significativo ($S-B\chi^2=241.51$; $gl=94$; $p<.001$) y un valor del chi-cuadrado normado ($\chi^2/gl = 2.60$). El RMSEA mostró un valor de .069 ($IC=.058-.080$). Asimismo, el resto de índices muestran: el Índice de Ajuste No Normado ($NNFI=.88$), el Índice de Ajuste Comparado ($CFI=.91$) y el Índice de Ajuste Incremental ($IFI=.91$). Este primer modelo se desestimó, por lo que se optó por realizar un nuevo AFC eliminando el ítem IM3, debido a que presentaba unos valores residuales ligeramente más elevados que el resto.

Tras aplicar el nuevo AFC, este mostró un ajuste correcto (tabla 26). Este modelo presenta un chi-cuadrado significativo ($S-B\chi^2=201.16$; $gl=80$; $p<.001$) y un valor del chi-cuadrado normado ($\chi^2/gl = 2.51$) que indicaba un buen ajuste ya que muestra un valor inferior al valor de corte propuesto por la bibliografía (<3.00 ; Bollen, 1989; Kline, 2005). El RMSEA mostró un valor de .068 ($IC=.056-.079$), que cumple con los criterios mínimos de ajuste aceptable ($\leq .08$; Browne & Cudeck, 1992; Hu & Bentler, 1999). De igual forma, el resto de índices muestran un buen ajuste del modelo, ya que presentaban valores superiores a

($\geq .90$; Browne & Cudeck, 1992; Hu & Bentler, 1999): el Índice de Ajuste No Normalizado (NNFI = .90), el Índice de Ajuste Comparado (CFI = .92) y el Índice de Ajuste Incremental (IFI=.92).

Tabla 26. Índices de bondad de ajuste de las escalas de percepciones de los residentes sobre los impactos (n=303).

	S-B χ^2 (gl)	χ^2 (df)	χ^2/df	RMSEA (IC)	CFI	IFI	NNFI
Percepciones hacia el turismo deportivo. 16 ítems	241.51 (94)	116.81 (45)	2.60	0.069 (0.058-0.080)	0.91	0.91	0.88
Percepciones hacia el turismo deportivo. 15 ítems	201.16 (80)	100.59 (40)	2.51	0.068 (0.056-0.079)	0.92	0.92	0.90

Nota. S-B=Satorra Bentler; gl=grados de libertad; RMSEA = Error de Aproximación Cuadrático Medio ($\leq .080$); IC=Intervalo de Confianza RMSEA= error de aproximación cuadrático medio; CFI = Índice de Ajuste Comparado; NNFI = Índice de Ajuste No Normado; IFI= índice de ajustes Índice de Ajuste Incremental. CFI, NNFI, IFI ($\geq .90$); χ^2/ gl (≤ 5.00).

Para finalizar, la validez del constructo se comprobó mediante los análisis de validez convergente y discriminante. De esta manera, para comprobar la validez convergente de la escala definitiva de cinco factores y 15 ítems se tuvieron en cuenta las cargas factoriales. Las cargas factoriales de los ítems que componen la escala varían en $\lambda=.676$ y $\lambda=.794$ para el factor impactos económicos, $\lambda=.635$ y $\lambda=.809$ para el factor correspondiente a los impactos culturales y $\lambda=.618$ y $\lambda=.791$ para el factor impactos políticos administrativos, $\lambda=.584$ y $\lambda=.882$ para los impacto sociales y $\lambda=.676$ y $\lambda=.896$ para los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo. Todas las cargas factoriales de los indicadores correspondientes a cada constructo fueron significativas ($p \leq .05$) y se encontraban por encima del punto de corte recomendado ($> .60$), exceptuando el ítem IS4, que se decidió mantener con para mantener al menos tres ítems en cada factor.

Tabla 27. Cargas factoriales de la escalas, Alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE.

		F1	F2	F3	F4	F5
<i>Impactos Económicos</i>						
IE1	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	.769				
IE2	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	.794				
IE3	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	.676				
<i>Impactos Culturales</i>						
IC1	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.		.635			
IC2	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.		.703			
IC3	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora		.809			
<i>Impactos Políticos</i>						
IP2	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro			.791		
IP3	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente			.864		
IP4	Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos			.618		
<i>Impactos Sociales</i>						
IS2	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....				.786	
IS3	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes				.882	
IS4	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico				.584	

8. Resultados

Tabla 27. (continuación)

Impactos Medioambientales					
IM1	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.				.861
IM2	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.				.896
IM4	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)				.676
Alfa de Cronbach		.79	.74	.81	.78 .85
FC		.79	.76	.81	.80 .86
AVE		.56	.52	.58	.58 .67
Número de ítems		3	3	3	3 3

La fiabilidad del modelo se contrastó mediante el alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta (FC) y AVE. Como se observa en la tabla 27, los coeficientes de Alfa de Cronbach oscilan entre .74 y .85, mientras que los de FC para cada factor oscilaron entre .76 y .86, superiores al criterio recomendado ($>.70$; Hair et al., 2006; Nunnally & Bernstein, 1994). Por otra parte, los valores de AVE oscilaron entre .52 y .67, también superiores al punto de corte recomendado ($>.50$; Baggozi & Yi, 2012; Fornell & Larcker, 1981).

Tabla 28. Correlaciones en la entre escalas de Impactos

	I.EC.	I.CU.	I.PO	I.SO	I.ME
I.EC	<i>0.75</i>				
I.CU	.38*	<i>0.72</i>			
I.PO	.44*	.23*	<i>0.76</i>		
I.SO	-.20*	-.08	-.35*	<i>0.76</i>	
I.ME	-.05	-.10	-.17*	.53*	<i>0.82</i>

Nota: I.EC=Impactos económicos; I.CU.=Impactos Culturales.; I.PO= Impactos Políticos. *La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral). La diagonal ofrece los valores de la $\sqrt{\text{AVE}}$.

Para valorar la validez discriminante se ha comprobado que todas las correlaciones entre los diversos factores fueran inferiores a .85 (Kline, 2005). Además, se ha comprobado como la raíz cuadrada del AVE es

superior a la correlación entre pares de factores (Fornell & Larcker, 1981) criterio que asumían todas las dimensiones.

8.1.2 Análisis Escala de apoyo al turismo deportivo

En la tabla 29, se muestra la fiabilidad de la escala que mide el apoyo de los residentes hacia el turismo deportivo en Gran Canaria, que a diferencia de las de impactos positivos y negativos, es unidimensional, y está formada por seis ítems. Esta escala será utilizada como variable dependiente en los modelos conceptuales (apartados 8.6, 8.7). El Alfa de Cronbach general de esta escala es de .81, lo que supone un buen dato de fiabilidad.

Tabla 29. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de percepciones de los residentes sobre apoyo al turismo deportivo

	M (DT)	r_{ix}	$\alpha-x$	A	C
Me gustaría ver a más turistas realizando actividades deportivas en Gran Canaria	3.98 (1.01)	.604	.78	-.851	.246
Apoyo a que el turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en Gran Canaria	4.09 (.99)	.635	.77	-.995	.551
Apoyo al desarrollo de eventos/programas/servicios turísticos-deportivos (por ejemplo: instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	4.28 (.93)	.698	.76	-1.32	1.345
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo a través del turismo de actividades acuáticas	4.00 (.98)	.686	.76	-.852	.273
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de golf en la isla	3.21 (1.43)	.407	.84	-.231	-1.22
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de naturaleza en la isla (senderismo, cicloturismo...)	4.35 (.92)	.564	.79	-1.68	2.93
Total	3.99 (.77)			-.99	1.41
Alfa de Cronbach	0.81				

Nota: Media (M), desviación típica (DT), correlación ítem-total (r_{ix}), alpha de Cronbach si se elimina el elemento ($\alpha-x$), asimetría (A) y curtosis (C).

8. Resultados

Asimismo, se comprobó la unidimensionalidad de la escala según el proceso recomendado por Gursoy y Kendall (2006), por el cual permite confirmar que los ítems sólo tienen un constructo en común. Este análisis se llevó a cabo con el programa FACTOR, mediante la aplicación del método de Máxima Verosimilitud, con el método del Análisis Paralelo y la rotación Quartimin directa normalizada, que es la recomendada cuando se espera un solo factor en rotación oblicua (Lloret-Segura et al., 2014).

Tabla 30. Unidimensionalidad y varianza explicada para la escala de apoyo hacia el turismo deportivo por parte de los residentes de Gran Canaria.

Dimensión	GFI	RMSR	KMO	Test de esfericidad de Bartlett (gl)	Autovalor	Varianza explicada %
Apoyo	.994	.043	0.85	563.1(15)	3.26	54.27

Nota. GFI= Índice de Bondad de Ajuste; RMSR= Raíz Media Cuadrática Residual; KMO=Medida de adecuación muestral.

8.1.3 Análisis de escalas unidimensionales

En la tabla 31, se muestra la fiabilidad de la escala que mide la calidad de vida, percepciones de los residentes sobre la imagen de la comunidad de los residentes hacia el turismo deportivo y apego de los residentes hacia Gran Canaria. A diferencia de las escalas elaboradas anteriormente, estas han sido íntegramente adaptadas de estudios previos (Lee, 2013; Ma & Kaplanidou, 2017; Styliadis, et al., 2014). Se presentan los datos de los ítems agrupados por escala: la media (M), desviación típica (DT), correlación ítem-total (r_{jx}), el alpha de Cronbach

si se elimina dicho ítem (α -x) y los valores de asimetría y curtosis.

El Alfa de Cronbach de las escalas se sitúan en .75 para la escala que mide la percepción sobre la calidad de vida de los residentes, .86 para la escala correspondiente a la percepción sobre la imagen de la comunidad de los residentes y finalmente, la escala que mide el apego obtiene un alfa de Cronbach 0.88, todas ellas con puntuaciones superiores a .70 (Fornell & Larcker, 1981) lo que supone un buen dato de fiabilidad. La fiabilidad compuesta (FC) para cada escala oscilaron entre .88 y .94, superiores al criterio recomendado ($>.70$; Hair et al., 2006; Nunnally & Bernstein, 1994). Por otra parte, los valores de AVE oscilaron entre .58 y .81, también superiores al punto de corte recomendado ($>.50$; Baggozi & Yi, 1998; Fornell & Larcker, 1981). Asimismo, los indicadores presentan coeficientes de correlación ítem-total elevados ($>.30$).

8. Resultados

Tabla 31. Análisis de las propiedades de los ítems de la escala de apercpciones de los residentes sobre apoyo al turismo deportivo.

	FC	AVE	Carga factorial	M (DT)	rjx	α -x	A	C
Calidad de Vida ($\alpha=.75$).	.88	.58		3.71 (.78)				
En general, estoy satisfecho con mi calidad de vida			.765	3.96 (.94)	.55	.70	-.73	.20
Estoy satisfecho con mi localidad como lugar para vivir			.759	4.09 (.99)	.54	.70	-1.00	.61
El turismo deportivo a mejorado la calidad de vida de los residentes			.768	3.35 (1.14)	.57	.69	-.29	-.61
El futuro de la comunidad es prometedor/esperanzador			.745	3.44 (1.01)	.55	.70	-.24	-.32
Imagen ($\alpha=.86$).	.94	.66		4.44 (.65)				
Gran Canaria tiene un paisaje atractivo para el turismo deportivo			.845	4.55 (.83)	.72	.82	-2.18	4.94
Gran Canaria tiene un clima agradable para el turismo deportivo			.853	4.64 (.75)	.74	.85	-2.53	7.23
Gran Canaria es un lugar seguro para vivir			.742	4.45 (.78)	.60	.85	-1.51	2.35
Las nuevas atracciones turístico-deportivas aumentan en la promoción de la isla			.791	4.26 (.84)	.68	.83	-1.02	.76
El turismo deportivo aumenta la expansión del turismo en la isla			.777	4.29 (.86)	.65	.84	-1.16	1.06

Tabla 31. (continuación).

Apego ($\alpha=.88$).	.93	.81	4.22 (.88)	
Prefiero vivir en esta comunidad frente a otras comunidades	.864		4.27 (.97)	.71 .89 -1.30 1.24
Vivir en esta comunidad significa mucho para mi	.935		4.23 (.96)	.84 .78 -1.07 .43
Siento un fuerte sentimiento de pertenencia a esta comunidad	.906		4.14 (1.01)	.78 .83 -.99 .38

Nota. M=Media; DT= desviación típica; rjx= correlación ítem-total; α -x= alpha de Cronbach si se elimina el elemento; A= asimetría; C= curtosis.

8.2 Percepción global del impacto del Turismo Deportivo en Gran Canaria.

En el siguiente apartado, se analizarán los resultados estadísticos de carácter descriptivo obtenidos en cada una de las variables que componen el cuestionario. Primeramente, se describen las valoraciones medias de los ítems que componen las diferentes escalas de impactos, así como de las diversas variables independientes. Con ello, se representará una valoración global de las percepciones de los residentes sobre los impactos que el turismo deportivo ejerce en la isla de Gran Canaria, así como los resultados derivados de las preguntas que componen el cuestionario.

8.2.1 Impacto económico

En la siguiente tabla se puede apreciar que la puntuación media del impacto económico es de 4.03 (DT=.83) sobre 5. Esto significa que los encuestados perciben con una tendencia positiva el impacto económico que el turismo deportivo genera en Gran Canaria. Atendiendo a los resultados se aprecia que el ítem más valorado es el 1, con una media de 4.12 (DT= .96).

Así pues, los encuestados valoran con mayor apreciación la contribución en materia económica que recibe la comunidad gracias a las actividades desarrolladas a través del turismo activo-deportivo.

Tabla 32. Percepción de los impactos económicos.

	Media	DT
1.- El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	4.12	.96
2.- El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	3.89	1.04
3.- El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	4.09	.96
Impacto Económico	4.03	,83

Nota: DT= Desviación típica

8.2.2 Impacto cultural

Dentro de los impactos positivos, los impactos asociados a aspectos culturales en la comunidad son los menos valorados por la muestra, siendo la media de 3.60 (DT= .89) sobre cinco. De los tres ítems que forman esta dimensión, el mejor valorado es el seis, relacionado con el experiencia que supone la acogida de turistas y residentes a través del turismo deportivo (M=3.84; DT=1.03). A éste, le siguen el fomento en la variedad de actividades culturales y eventos para los residentes (M= 3.65; DT= 1.07), y por último la ayuda a mantener la cultura e identidad étnica de los residentes, con una media de 3.33 (DT= 1.18) sobre cinco puntos.

Tabla 33. Percepción de los impactos cultural

	Media	DT
4.- El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	3.65	1,07
5.- El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales	3.33	1,18
6.- El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	3.84	1.03
Impacto cultural	3,60	,89

Nota: DT= Desviación típica

8.2.3 Impacto político-administrativos

Por lo que respecta a los impactos políticos-administrativos, la escala formada por tres ítems presenta una media de 4.26 (DT= .78) sobre cinco.

Tabla 34. Percepción de los impactos políticos-administrativos.

	Media	DT
7.- La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro	4.19	.90
8.- Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente	4.35	.86
9.- Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos	4.23	.99
Impacto político-administrativo	4.26	.78

Nota: DT= Desviación típica

El ítem mejor valorado en la presente dimensión, afirma que los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente (M=4.35; DT=.86), siendo este ítem el que mejor valoración obtiene de toda la escala de impactos positivos. Los otros dos ítems que componen la escala obtienen puntuaciones elevadas (superiores a cuatro puntos).

8.2.4 Impacto social

La dimensión social del coste obtiene una media de 2,04 sobre cinco. Con una media de 2.36 (DT= 1.23), el ítem más alto de esta dimensión es el “debido al turismo deportivo se generan problemas sociales como delincuencia, consumo de drogas, etc.” Según la muestra, en menor medida (M= 1.97; DT= 1.17) se cree que los residentes sufren las consecuencias de vivir en una zona de destino turístico y con una media

de 1.79 (DT=1.15) los residentes observan en menor medida que el turismo deportivo cree conflictos entre residentes y visitantes.

Tabla 35. Percepción de los costes sociales.

	Media	DT
10.- El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	1.79	1.15
11.- Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	1.97	1.17
12.- El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	2.36	1.23
Impacto social	2.04	.99

Nota: DT= Desviación típica

8.2.5 Impacto medioambiental

El coste medioambiental es según el presente estudio la dimensión que mayor puntuación obtiene, con una media de 2.37 (DT=1.07) sobre cinco. El ítem medioambiental que más afecta es el que asegura que el turismo deportivo consume gran cantidad de recursos naturales (M=2.65; DT= 1.20) que igualmente es el más elevado del conjunto de los impactos. Asimismo, el ítem menos valorado de la escala (M= 2.21; DT= 1.23) es el relacionado con la contaminación y el deterioro del medio ambiente a causa del turismo deportivo.

Tabla 36. Percepción de los costes medioambientales

	Media	DT
13.- El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	2.21	1.23
14.- El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.	2.25	1.20
15.- El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	2.65	1.24
Impacto medioambiental	2.37	1.07

Nota: DT= Desviación típica

8.3 Apoyo hacia el turismo activo-deportivo

Esta escala unidimensional, formada por seis ítems, está referida al apoyo que los residentes en Gran Canaria presentan a la actividad turístico deportiva. En ella se recogen diferentes ítems que engloban las actividades asociadas al turismo deportivo específicamente. Después de analizar las respuestas de los encuestados se obtiene una media de 3.97 sobre cinco, con una desviación típica (DT) de .79 en el global de la escala.

Tabla 37. Percepción del apoyo a la celebración de eventos deportivos

	Media	DT
16.- Me gustaría ver a más turistas realizando actividades deportivas en Gran Canaria	3.99	1.03
17.- Apoyo a que el turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en Gran Canaria	4.09	.98
18.-Apoyo el desarrollo de eventos/programas/servicios turísticos deportivos (ej. Instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	4.22	.94
19.- En general, yo apoyo el desarrollo del turismo a través del turismo de actividades acuáticas.	3.99	1.00
20.- En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de golf en la isla	3.19	1.39
21.- En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de naturaleza en la isla (senderismo, cicloturismo...)	4.31	.94
Apoyo a los eventos en general	3.97	.79

Nota: DT= Desviación típica

El ítem con una media más elevada es el 21, en el que se apoya la idea de desarrollar el turismo de naturaleza en Gran Canaria (M=4.31; DT=.94). Asimismo también obtiene una puntuación alta (M=4.22; DT=.94) el ítem 18, que apoya el desarrollo del turismo a través del desarrollo de eventos/programas/servicios turísticos deportivos. Por su parte, el ítem que hace referencia al apoyo de los residentes a que el

turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en la isla obtiene una valoración media de 4.09 (DT= .98).

En el otro extremo, el ítem peor valorado en la escala (M=3.19; DT=1.39) es el referente al apoyo hacia el desarrollo de turismo de golf.

8.4 Participación de la comunidad en el ámbito turístico-deportivo.

En este último bloque del cuestionario, se puede apreciar datos relacionados con la participación de la comunidad en materia turístico activo-deportiva en Gran Canaria.

Como se puede observar en la tabla 38, un 38.40% de las personas encuestadas afirman participar en actividades relacionadas con el turismo deportivo frente al 61.60% de los encuestados que manifiesta que no participa en este tipo de actividades.

Tabla 38. Participación en actividades relacionadas con el turismo deportivo

	Porcentaje (%)
Sí	38.40
No	61.60
Total	100

En lo referido a la participación de los residentes en los planes y desarrollo relacionados con el turismo deportivo, un 22.30% de los encuestados manifiestan que son partícipes en este cometido frente al 77.70% que indican estar exentos de la participación en esta tarea.

8. Resultados

Tabla 39. Participación en los planes y desarrollo relacionados con el turismo deportivo

	Porcentaje (%)
Sí	22.3
No	77.7
Total	100.0

A la pregunta que hace referencia a si ha trabajado o su trabajo está relacionado con el turismo o con los eventos, 35.30% de los encuestados afirman trabajar o haber trabajado en relación con el turismo o eventos frente al 64.80% de los encuestados negaban que su profesión estuviera o haya estado vinculada a la actividad turística o los eventos

Tabla 40. Ha trabajado o su trabajo está relacionado con el turismo o con los eventos

	Porcentaje (%)
Sí	35.30
No	64.80
Total	100

Siguiendo en la misma línea anterior, se preguntó a los encuestados si tienen familiares cercanos cuya profesión esté relacionada con el turismo o los eventos. En este sentido, casi la mitad de los encuestados (49.60%) manifestaron que tenían familiares cuyo trabajo está relacionado con el turismo y los eventos mientras que el 50.10% de los encuestados indicaron que no tenían ningún familiar cuya profesión esté relacionada con el turismo o los eventos.

Tabla 41. Familiares cercanos cuya profesión esté relacionada con el turismo o los eventos

	Porcentaje (%)
Sí	49.60
No	50.10
Total	100

Por otro lado, ante la pregunta de si está a favor de la actual política turístico-deportiva de Gran Canaria, el 57.70% manifestaron estar de acuerdo en este sentido mientras que un 39.60% de los encuestados indicaron no estar de acuerdo con la política turístico-deportiva actual en la isla. Por otro lado 18 de los encuestados dejaron la pregunta sin contestar ante el desconocimiento de la política turístico-deportiva Gran Canaria.

Tabla 42. Esta a favor de la política turístico-deportiva de Gran Canaria

	Porcentaje (%)
Sí	57.70
No	39.60
NS/NC	2.80
Total	100

8.5 Percepción de los residentes según diferentes datos sociodemográficos.

Además de conocer la percepción global de los ciudadanos sobre el turismo activo-deportivo, es importante analizar si dichas valoraciones difieren en función de los distintos grupos de población, es decir, según el grupo de edad, el género, práctica deportiva, lugar de residencia en Gran Canaria, ocupación, nivel de estudios, ingresos anuales,

orientación ideológico/política, participación en actividades relacionadas con el turismo deportivo, participación en planes y desarrollo del turismo deportivo, si han trabajado o su trabajo está relacionado con el turismo o los eventos, si la profesión de algún familiar está relacionada con el turismo o los eventos y si está a favor de la actual política turístico-deportiva de Gran Canaria. Para ello se ha realizado un análisis de diferencias de medias utilizando los procesos anteriormente explicados (punto 7.4).

8.5.1 Percepción de los residentes en función de la edad

Una de las premisas importantes para analizar las respuestas en función a este parámetro ha sido que los rangos de edad sean homogéneos, de manera que permitan una óptima comparación, con muestra suficiente en cada uno de los estratos.

En la tabla 43, se puede observar como únicamente existen diferencias estadísticamente significativas ($p > .05$) entre intervalos de edad en la percepción sobre los impactos políticos administrativos, estando esta diferencia únicamente en los grupos de edad de más de 56 años ($M=4.41$; $DT= .80$), frente al grupo con edades comprendidas entre los 18 y 25 años ($M= 4.11$; $DT= .70$).

Tabla 43. Análisis de la percepción social en función de la edad

	18-25 años		26-35 años		36-55 años		56+ años		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	3.98	.75	4.07	.81	3.96	.91	4.14	.80	1.55	.200
PA.	4.11	.70	4.23	.70	4.32	.90	4.41	.80	4.45	.004*
CU	3.64	.77	2.37	1.03	2.32	1.15	2.21	1.11	2.21	.085
SO.	2.14	.96	1.95	.88	2.07	1.08	1.98	1.04	1.33	.264
MA	2.54	1.00	2.37	1.03	2.32	1.15	2.21	1.11	2.53	.056
AP	3.86	.74	4.01	.73	3.96	.89	4.06	.82	1.84	.139

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Las valoraciones medias de los impactos, en general, grupo con edades de más de 56 años posee una mejor valoración, exceptuando los impactos culturales asociados al turismo deportivo, cuya puntuación más elevada corresponde al grupo más joven, con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años.

En cuanto a los impactos analizados en sentido negativo, las medias más elevadas, y por lo tanto una tendencia más acusada al acuerdo, la posee el grupo con edades comprendidas entre los 18 y 25 años en los impactos sociales (M=2.14; DT= .96) y los impactos ambientales (M=2.54; DT=1.00).

La media de apoyo más elevada la encontramos en el grupo de más de 56 años (M= 4.06; DT= .82) seguida del grupo con edades comprendidas entre 26 y 35 años (M= 4.01; DT= .73), y finalmente los grupos con una inferior valoración los grupos con edades entre los 36 y 55 años (M= 3.96; DT= .89) y los 18 y 25 años (M= 3.86; DT= .73).

8.5.2 Percepción de los residentes en función del sexo

Por lo general, se suele tener la idea preconcebida de que existen diferencias de opinión en cuanto a la relación deporte-género se refiere. Como se observa en la tabla 44, únicamente existen diferencias significativas en la escala relacionada con la percepción sobre los impactos culturales. Se observa como las mujeres poseen una mejor valoración de los impactos culturales ($M= 3.68$; $DT= .86$) frente a los hombres ($M= 3.51$; $DT= .91$). El análisis de la d de Cohen apunta -0.19 , así como un valor de r de -0.09 .

Tabla 44. Análisis de la percepción social en función del sexo.

	Hombres		Mujeres		t	p. valor
	M	DT	M	DT		
EC.	3.99	.90	4.08	.76	-1.32	.186
PA.	4.23	.84	4.28	.72	-.77	.442
CU	3.51	.91	3.68	.86	-2.42	.016*
SO.	2.05	1.00	2.03	.98	.25	.800
MA	2.38	1.08	2.36	1.07	.28	.783
AP	3.92	.86	4.01	.73	-1.41	.159

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

En cuanto a los impactos, se percibe una tendencia de opinión más hacia el acuerdo por parte del grupo de mujeres en los ítems relacionados con los impactos en sentido positivo, así como al desacuerdo con los impactos en sentido negativos.

Por lo que respecta al apoyo hacia el turismo deportivo en Gran Canaria, el grupo de mujeres también obtiene una mejor valoración ($M= 4.01$; $DT= .73$) con respecto al grupo de hombres ($M= 3.92$; $DT=$

.86), a pesar de no existir diferencias estadísticamente significativas en esta dimensión.

8.5.3 Percepción de los residentes en función de la práctica deportiva.

Otra de las variables analizadas corresponde a si los residentes de Gran Canaria obtiene diferente valoración hacia el turismo activo-deportivo con respecto a su práctica de actividad físico deportiva. En este sentido, se observan como existen diferencias estadísticamente significativas entre aquellos que manifiestan realizar algún tipo de actividad físico-deportiva frente a los que indican que no realizan actividad físico deportiva. Concretamente, estas diferencias se manifiestan en las escalas que miden los impactos económicos, obteniendo mejor valoración media aquellos que si realizan actividad físico-deportiva ($M= 4.10$; $DT= .79$) frente a los que no realizan actividad físico deportiva ($M= 3.90$; $DT= .88$). Por lo que respecta a los impactos culturales, las puntuación medias entre los que realizan actividad física ($M= 3.66$; $DT= .87$) y los que no ($M= 3.49$; $DT= .91$) también obtienen diferencias de valoración estadísticamente significativas. El análisis de la d de Cohen señala .24 en los impactos económicos y .19 en los impactos culturales. Por su parte, el valor de r se sitúa en .12 y .09 respectivamente.

Como se puede apreciar en la tabla 45, los residentes encuestados que manifiestan realizar actividad físico-deportiva obtienen unas puntuaciones más elevadas en todas las dimensiones analizadas,

exceptuando los impactos sociales, asociados a los impactos negativos del turismo activo-deportivo, con una puntuación media de 2.02 (DT=.95) frente a los que no practican actividad físico-deportiva (M=2.07; DT= 1.06).

Tabla 45. Análisis de la percepción social en función de la práctica deportiva

	Si		No		t	p. valor
	M	DT	M	DT		
EC.	4.10	.79	3.90	.88	2.97	.003**
PA.	4.27	.74	4.23	.86	.58	.564
CU	3.66	.87	3.49	.91	2.20	.028*
SO.	2.02	.95	2.07	1.06	-.65	.517
MA	2.40	1.05	2.32	1.12	.85	.396
AP	4.02	.75	3.86	.86	2.20	.029*

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Por lo que respecta al apoyo hacia el turismo activo-deportivo, existen diferencias estadísticamente significativas entre los encuestados que manifiestan realizar actividad físico-deportiva (M=4.02; DT=.75) frente a aquellos que no realizan actividad física y deporte (M= 3.86; DT= .86). Por su parte, la d de Cohen se sitúa en .20 y la r es de .10.

8.5.4 Percepción de los residentes en función del municipio de residencia.

En las islas Canarias en general, y Gran Canaria en particular, destaca por ser uno de los más importantes destinos turísticos a nivel nacional, por este motivo, es importante destacar la zona de residencia de los ciudadanos. Esta residencia, suele estar condicionada según la situación

geográfica del municipio. Por este motivo, está socialmente determinado entre las poblaciones, un contraste entre las zonas de residencia, diferenciándose entre zonas rurales, urbanas y costeras, combinando cada una de ellas diferentes tipos de actividad socioeconómica.

En la tabla 46, se puede observar como las percepciones sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo unicamente poseen diferencias estadísticamente significativas en las percepciones sobre los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo entre los residentes en municipios consteros frente la resto, obteniendo estos una valoración menosr en lo que a impactos medioambientales se refiere.

Tabla 46. Análisis de la percepción en función del municipio de residencia

	Rural		Urbano		Costero		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	4.00	.81	4.07	.84	3.99	.83	.69	.50
PA.	4.01	.65	4.02	.75	3.93	.76	.84	.43
CU	3.74	.81	3.54	.89	3.62	.94	2.65	.73
SO.	2.03	.92	2.01	1.01	2.09	.99	.31	.07
MA	2.46	1.02	2.44	1.11	2.16	1.03	4.61	.01**
AP	4.01	.70	3.92	.83	4.01	.79	.94	.39

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

8.5.5 Percepción de los residentes en función de la ocupación.

Si se comprueban los resultados en función de la ocupación de los encuestados, se observan diferencias estadísticamente significativas en la dimensión político-administrativa en los impactos positivos entre el grupo de estudiantes (M= 4.04; DT= .72) frente a los grupos de

8. Resultados

empleados ($M=4.33$; $DT=.73$) y el grupo que manifiesta tener otro tipo de ocupación (jubilados, ama/o de casa...) cuya valoración media de esta dimensión se sitúa en 4.29 ($DT=.95$). De igual forma, en la dimensión social, también existen diferencias estadísticamente significativas entre los encuestados cuya ocupación es la de estudiante ($M=2.23$; $DT=.96$) frente al grupo de empleados ($M=1.97$; $DT=.96$) y al grupo con otras ocupaciones ($M=1.84$; $DT=.87$).

También cabe destacar las diferencias estadísticamente significativas en la dimensión de apoyo al turismo activo-deportivo entre estos mismos grupos de encuestados, los estudiantes muestran una valoración media de 3.78 ($DT=.71$) frente al grupo de empleados ($M=4.02$; $DT=.79$) y el grupo con otras ocupaciones ($M=4.09$; $DT=.85$).

Tabla 47. Análisis de la percepción social en función de la ocupación.

	Empleado.		Desempl.		Estudi.		Otro		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	4.08	.81	3.92	.88	3.98	.75	4.03	1.00	1.03	.378
PA.	4.33	.73	4.31	.82	4.04	.72	4.29	.95	5.32	.001***
CU.	3.57	.93	3.65	.87	3.62	.79	3.68	.92	.44	.727
SO.	1.97	.96	2.18	1.12	2.23	.96	1.84	.97	4.07	.007**
MA.	2.32	1.11	2.41	.98	2.53	.97	2.26	1.15	1.64	.178
AP.	4.02	.79	4.01	.79	3.78	.71	4.09	.85	4.03	.007**

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Asimismo, el grupo de empleados, posee unas medias ligeramente más elevadas en la variable impactos económicos ($M=4.08$; $DT=.81$), frente al grupo de desempleados que en esta misma dimensión, poseen medias más bajas ($M=3.92$; $DT=.88$).

Además, el grupo correspondiente a los que desempeñan “otra” ocupación posee medias más bajas que el resto de grupos. Por su parte, el grupo formado por estudiantes es el grupo con unas medias más elevadas en las variables asociadas a los impactos redactados en sentido negativo.

Por su parte, las valoraciones hacia el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo, el grupo con una mejor valoración media es el de “otros” ($M=4.09$; $DT=.85$), seguido del grupo de empleados ($M=4.02$; $DT=.79$), el grupo de desempleados ($M=4.01$; $DT=.79$) y finalmente el grupo de estudiantes ($M=3.78$; $DT=.71$).

8.5.6 Percepción de los residentes en función del nivel de estudios

En cuanto a la percepción de los residentes en función de su nivel de estudios, podemos observar que existen diferencias significativas en la dimensión de impactos económicos. Estas diferencias se muestran entre el grupo con estudios elementales ($M=3.89$; $DT=.96$) con respecto del grupo con estudios universitarios ($M=4.13$; $DT=.77$). Por otra parte, estas diferencias se hace patente en el factor asociado al impacto social en el grupo de universitarios ($M=1.85$; $DT=.87$) con respecto a los otros dos grupos. En el resto de dimensiones no existen diferencias estadísticamente significativas entre grupos.

En general, podemos observar que los encuestados con un nivel de estudios superiores poseen una puntuación más elevada de los impactos asociados al turismo activo-deportivo.

8. Resultados

Por su parte, el apoyo hacia el desarrollo del turismo activo-deportivo en la isla obtienen una valoración media superior al punto de corte establecido (3.00) destacando los grupos con estudios elementales y universitarios, frente al grupo de encuestados con estudios secundarios cuya media se sitúa en 3.92 (DT=. 78).

Tabla 48. Análisis de la percepción social en función del nivel de estudios

	Elemental		Secundario		Universitarios		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	3.89	.96	4.01	.79	4.13	.77	3.72	.025*
PA.	4.25	.92	4.22	.76	4.30	.72	.766	.465
CU	3.53	.95	3.60	.89	3.65	.86	.734	.481
SO.	2.21	1.07	2.16	1.04	1.85	.87	8.78	.000***
MA	2.44	1.20	2.38	1.05	2.34	1.04	.365	.694
AP	4.01	.88	3.92	.78	4.01	.75	1.02	.362

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

8.5.7 Percepción de los residentes en función de los ingresos anuales

Para comparar los grupos en función de los ingresos anuales, se ha decidido unificar dos de los grupos que aparecían inicialmente en la encuesta con el objetivo de obtener un grupo que permita realizar una comparativa más homogénea. Los grupos que menores sujetos tenían en el recuento de la muestra han sido los relacionados con rentas mayores, por lo tanto, los grupos de 24.001-30.000 y +30.000 han derivado en un grupo al que hemos denominado +18.001.

Por lo que respecta a la percepción de los encuestados con respecto a los ingresos anuales, únicamente existen diferencias estadísticamente

significativas en dos de las escalas. Estas se clarifican en los impactos económicos, entre los grupos cuya renta anual es inferior 12.000€ (M= 3.96; DT= .81) y cuya renta es superior a 18.001€ (M= 4.20; DT= .74).

Tabla 49. Análisis de la percepción social en función de los ingresos anuales

	<12.000€		12.001-18.000 €		>18.001€		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	3.96	.81	4.06	.92	4.20	.74	3.75	.024*
PA.	4.19	.74	4.32	.84	4.37	.80	3.03	.059
CU	3.61	.84	3.62	1.02	3.51	.84	.57	.565
SO.	2.11	.99	1.98	.98	1.92	1.00	2.03	.132
MA	2.45	1.02	2.28	1.13	2.25	1.16	2.11	.123
AP	3.93	.81	4.02	.82	4.04	.67	1.34	.262

Nota: *p≤,05 **p≤,01 ***p≤,001; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Asimismo, se observa como los encuestados que declaraban obtener rentas superiores a las 18.001€ obtienen una mejor valoración de las variables de impactos, exceptuando los impactos culturales asociados al turismo activo-deportivo, que cuya puntuación más elevada la obtiene el grupo cuyas rentas anuales se establecen entre los 12000€ y los 18000€ (M= 3.62; DT= 1.02).

Por su parte, el grupo con una renta más elevada obtiene una mejor valoración en cuanto al apoyo al desarrollo de actividades turístico-deportivas en la isla (M= 4.04; DT= .67) frente al grupo que expone una renta anual inferior a 12.000€ (M= 3.93; DT= .81).

8.5.8 Percepción de los residentes en función de la orientación política

En cuanto a las valoraciones, no se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre grupos en ninguna de las escalas de impactos económicos, culturales o políticos administrativos. Asimismo, se encuentran diferencias estadísticamente significativas en las escalas de impactos sociales y medioambientales. En cuanto a la dimensión de impactos sociales, estas diferencias se manifiestan entre el grupo que declara una orientación político-ideológica de centro (M= 1.96; DT= .97) y el grupo de derechas (M= 2.24; DT= 1.14). En la dimensión asociada a los impactos ambientales del turismo activo-deportivo, estas diferencias se manifiestan en estos mismos grupos, obteniendo el grupo de centro una puntuación media de 2.30 (DT= 1.08) frente al grupo de derechas que puntúa 2.58 (DT= 1.20).

Tabla 50. Análisis de la percepción social en función de la orientación político-ideológica

	Izquierdas		Centro		Derechas		F	p. valor
	M	DT	M	DT	M	DT		
EC.	3.96	.82	4.09	.81	4.09	.85	1.97	.140
PA.	4.21	.77	4.33	.74	4.21	.87	1.79	.169
CU	3.49	.91	3.67	.85	3.68	.84	3.54	.080
SO.	2.01	.91	1.96	.97	2.24	1.14	3.82	.022*
MA	2.34	.99	2.30	1.08	2.58	1.20	3.25	.040*
AP	3.84	.79	4.06	.77	4.05	.81	5.82	.003**

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

En cuanto a la escala que mide el apoyo de los residentes hacia el turismo activo-deportivo, existen diferencias estadísticamente

significativas entre el grupo de izquierdas ($M= 3.84$; $DT= .79$) y el resto de grupos; centro ($M= 4.06$; $DT= .77$) y derechas ($M= 4.05$; $DT= .81$).

8.5.9 Percepción de los residentes en función de la participación en actividades relacionadas con el turismo deportivo

A continuación, se analizarán las percepciones entre grupos de encuestados según su participación en actividades relacionadas con el turismo activo-deportivo.

Por lo que respecta a los impactos positivos, existen diferencias estadísticamente significativas entre aquellos encuestados que manifiestan participar en actividades relacionadas con el turismo activo-deportivo en los impactos económicos y culturales asociados al mismo. Las valoraciones para el impacto económico de aquellos que indican que participan en actividades relacionadas con el turismo activo-deportivo obtienen una puntuación de 4.20 ($DT= .77$) frente a los que no participan en este tipo de actividades ($M= 3.93$; $DT= .85$). En cuanto a los impactos culturales, aquellos que si participan en actividades turístico-deportivas obtienen una valoración de 3.74 ($DT= .83$) frente a los que no participan, cuya valoración es de inferior puntuación ($M= 3.52$; $DT= .92$).

Si se observan el resto de impactos, únicamente existen diferencias estadísticamente significativas respecto a los impactos sociales, obteniendo el grupo que participa en este tipo de actividades una valoración media más baja ($M= 1.94$; $DT=.94$) frente a los que no participan en estas actividades ($M= 2.10$; $DT= 1.01$).

8. Resultados

También, existen diferencias estadísticamente significativas en las valoraciones hacia el apoyo a las actividades turístico activo deportivas, siendo en este caso las medias del grupo que si participa ($M= 4.08$; $DT=.73$) superior al grupo que no participa ($M= 3.90$; $DT=.82$). El análisis de la d de Cohen apunta .33 para los impacto económicos, .25 para los impactos culturales, y .16 para los impactos sociales. Por su parte, el valor de r de .16, .25 y -.08 respectivamente.

El análisis de la d de Cohen para las diferencias hacia el apoyo apuntan .23, así como un valor de r de .12

Tabla 51. Análisis de la percepción social en función de participar en actividades relacionadas con el turismo deportivo.

	Sí		No		t	p. valor
	M	DT	M	DT		
EC.	4.20	.77	3.93	.85	4.01	.000***
PA.	4.33	.76	4.21	.79	1.85	.065
CU	3.74	.83	3.52	.92	3.12	.002**
SO.	1.94	.94	2.10	1.01	-2.03	.042*
MA	2.29	1.02	2.42	1.10	-1.51	.131
AP.	4.08	.73	3.90	.82	2.89	.004**

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

En general, los encuestados que manifiestan participar en actividades turísticas obtienen una mejor valoración de los impactos percibidos, así como unas puntuaciones más bajas en los impactos negativos asociados a este tipo de actividad.

8.5.10 Percepción de los residentes en función de su participación en los planes y el desarrollo relacionado con el turismo deportivo.

Por lo que respecta a aquellos residentes que participan en los planes y el desarrollo turístico deportivo, se puede observar como existen diferencias estadísticamente significativas en los impactos económicos entre aquellos encuestados que si participan ($M= 4.23$; $DT= .80$) frente a los que no ($M= 3.98$; $DT= .83$). Asimismo, en los impactos culturales, estas diferencias también se antojan significativas entre estos mismos grupos, 3.75 ($DT= .85$) para el grupo que si participa, por 3.56 ($DT= .90$) frente a los que no participan.

Tabla 52. Análisis de la percepción social en función en función de su participación en los planes y el desarrollo relacionado con el turismo deportivo.

		Sí		No		t	p. valor
		M	DT	M	DT		
I.P.	EC.	4.23	.80	3.98	.83	3.28	.001***
	PA.	4.34	.81	4.23	.77	1.46	.145
	CU	3.75	.85	3.56	.90	2.27	.024*
I.N.	SO.	1.90	.91	2.08	1.01	-1.86	.063
	MA	2.24	1.02	2.41	1.09	-1.65	.099
AP.	AY	4.13	.78	3.92	.79	2.77	.006**

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Respecto al resto de impactos, no se observan diferencias significativas entre grupos, aunque se puede observar como las valoraciones medias del grupo que si participa en los planes y el desarrollo del turismo deportivo son ligeramente más bajas que el grupo que no participa en tal actividad. El análisis de la d de Cohen apunta .31 para los impactos

económicos y .22 para los impactos culturales y así como un valor de r de .15 y .11 respectivamente.

En cuanto al apoyo, se puede observar como también existen diferencias estadísticamente significativas entre grupos. Con una valoración mayor en el grupo que si participa en los planes y el desarrollo de la actividad turístico-deportiva ($M= 4.13$; $DT= .78$) y los que no participan ($M= 3.92$; $DT= .79$). La d de Cohen tiene un valor de .27 mientras que r apunta .13.

8.5.11 Percepción de los residentes en función de si ha trabajado o trabaja en relación con el turismo o los eventos.

En el caso de aquellos encuestado que han trabajado o trabajan en actividades relacionadas con el turismo o los eventos, se observa como únicamente existen diferencias significativas en la variable impactos políticos-administrativos. Aquellos que han trabajado o trabajan obtienen una mejor valoración ($M= 4.37$; $DT= .72$) que los que no ($M= 4.20$; $DT= .80$).

En cuanto a los demás impactos, no se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre grupos, aunque se observa como el grupo que si ha trabajado o trabaja en labores relacionadas con el turismo activo-deportivo obtienen unas puntuaciones menores frente a los que no han realizado nunca este tipo de trabajos. El análisis de la d de Cohen apunta .22 para los impactos políticos administrativos con un valor de r de .11.

Tabla 53. Análisis de la percepción de los residentes en función de si ha trabajado o trabaja en relación con el turismo o los eventos.

	Sí		No		t	p. valor
	M	DT	M	DT		
EC.	4.12	.81	3.99	.84	1.85	.064
PA.	4.37	.72	4.20	.80	2.80	.005**
CU	3.57	.83	3.62	.92	-.67	.505
SO.	1.98	.91	2.07	1.02	-1.20	.229
MA	2.29	1.00	2.42	1.11	-1.59	.112
AP	4.07	.75	3.92	.81	2.42	.016*

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Por su parte, el apoyo hacia el turismo activo-deportivo por parte de aquellos que han trabajado o trabajan actualmente en esta materia ($M=4.07$; $DT=.75$) posee diferencias estadísticamente significativas frente a aquellos encuestados que nunca han trabajado en esa ocupación ($M=3.92$; $DT=.81$). La d de Cohen tiene un valor de .19 mientras que r apunta .10.

8.5.12 Percepción de los residentes en función del trabajo de familiares cercanos en relación con el turismo o los eventos.

De manera similar al apartado anterior, se pretende analizar la percepción de los residentes en función del trabajo, en este caso, de familiares cercanos, relacionado con el turismo o los eventos. De manera distinta, en este caso encontramos diferencias significativas en algunas de las dimensiones, concretamente en los impactos culturales, 3.69 ($DT=.85$) para el grupo que si tiene familiares trabajando en el turismo o los eventos, frente a una media de 3.53 ($DT=.89$) para

8. Resultados

aquellos que declaran no tener familiares trabajando en esta actividad. También, cabe destacar que existen diferencias significativas en cuanto al apoyo hacia el turismo activo deportivo, obteniendo una puntuación más elevada el grupo que tiene familiares trabajando en materia turística o de eventos ($M= 4.05$; $DT= .73$) frente a los que no ($M= 3.89$; $DT= .85$). El análisis de la d de Cohen apunta .19 para los impactos culturales, con un valor de r de .10. Por lo que respecta al apoyo, la d de Cohen tiene un valor de .20 mientras que r apunta .10.

Tabla 54. Análisis de la percepción social en función del trabajo de familiares cercanos en relación con el turismo o los eventos

	Sí		No		t	p. valor
	M	DT	M	DT		
EC.	4.08	.77	3.99	.88	1.36	.175
PA.	4.31	.74	4.20	.81	1.71	.088
CU	3.69	.88	3.52	.89	2.41	.016*
SO.	2.03	.98	2.05	1.00	-.323	.747
MA	2.29	1.07	2.45	1.08	-1.81	.071
AP	4.05	.73	3.89	.85	2.60	.010**

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

En cuanto al resto de impactos, no se observan diferencias estadísticamente significativas entre grupos, a pesar de que los encuestados que no tienen familiares trabajando en el ámbito del turismo o los eventos no obtienen una puntuación mayor en las dos dimensiones que aquellos que si tienen familiares trabajan en este sector.

8.5.13 Percepción de los residentes en función del respaldo a la actual política turístico-deportiva en Gran Canaria.

Los resultados de este análisis muestran que existen diferencias significativas únicamente en la escala de impactos culturales entre el grupo que si respalda la actual política turístico deportiva en la isla ($M=3.70$; $DT=.85$) frente a los que no ($M=3.46$; $DT=.93$).

Tabla 55. Análisis de la percepción social en función del respaldo a la actual política turístico-deportiva en Gran Canaria.

		Sí		No		t	p. valor
		M	DT	M	DT		
I.P.	EC.	4.08	.82	3.95	.84	1.86	.063
	PA.	4.27	.76	4.24	.81	.405	.685
	CU	3.70	.85	3.46	.93	3.36	.001***
I.N.	SO.	1.99	.95	2.13	1.05	-1.736	.083
	MA	2.31	1.01	2.45	1.15	-1.49	.138
AP.	AY	4.09	.72	3.79	.86	4.61	.000***

Nota: * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$; M= Media; DT= Desviación Típica I.P.= Impactos positivos; I.N= Impactos negativos; EC.= Económicos; PA.= Políticos-administrativos; CU.= Culturales; SO.= Sociales; MA.= Medioambientales; AP= Apoyo.

La tendencia en todas las dimensiones es la misma. La valoración de los impactos asociados al turismo activo-deportivo es mayor en el grupo formado por los ciudadanos que respaldan la actual política turístico deportiva llevada a cabo en Gran Canaria, frente al grupo que no está a favor de este tipo de políticas. El análisis de la d de Cohen apunta .27 para los impactos culturales, con un valor de r de .13.

En cuanto al apoyo, existen diferencias estadísticamente significativas entre grupos ($p \leq .001$), siendo el grupo que si apoya las políticas turístico deportivas en la isla los que mejor valoración tienen de la misma ($M=4.09$; $DT=.72$) con respecto a aquellos cuyo respaldo a las

políticas turístico deportivas no es positiva ($M= 3.79$; $DT= .86$). La d de Cohen tiene un valor de .38 mientras que r apunta .19.

8.6 Relación entre la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al turismo deportivo y predisposición a apoyar el desarrollo del sector en la comunidad

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos del análisis sobre la relación entre los impactos asociados a la percepción de los residentes sobre el turismo deportivo y su predisposición a apoyar el desarrollo de este en la comunidad. Para ellos, se desarrollarán las diferentes metodologías propuestas: regresión lineal múltiple, modelo de ecuaciones estructurales (EQS y PLS) y fsQCA.

8.6.1 Regresión lineal múltiple

Se ha realizado un análisis de regresión lineal múltiple con 15 ítems asociados a cinco factores que miden la percepción media de los impactos asociados al turismo deportivos (variables independientes), con la finalidad de conocer cuáles de ellos son los mejores predictores del apoyo a este tipo de actividad económica, como medio de fomento del turismo (variable dependiente). De esta manera, se ha obtenido un modelo predictivo que explica un 47,5% de la varianza.

Tabla 56. Coeficientes del modelo.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación
1	.692	.479	.475	.577

Los resultados obtenidos muestran que 4 de las 5 dimensiones predicen la variable dependiente, siendo la dimensión impactos políticos-administrativos ($\beta = .365$), impactos culturales ($\beta = .246$) e impactos económicos ($\beta = .191$), las que mayor información aportan a este modelo predictivo.

Tabla 57. Coeficientes de regresión.

Escala	Beta	t	Sig.	Tol	FIV
IE > AP	,191	5,753	,000***	,733	1,365
IC > AP	,246	8,641	,000***	,841	1,190
IP > AP	,365	10,311	,000***	,714	1,400
IS > AP	-,050	-1,657	,098	,616	1,624
IM > AP	-,114	-4,381	,000***	,683	1,464

Nota. * = $p < 0,05$; ** = $p < 0,01$; *** = $p < 0,001$.; FIV=Factor inflación de la varianza.; Tol.= Tolerancia; IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

8.6.2 Modelo de ecuaciones estructurales

A partir de las hipótesis planteadas en el capítulo cinco, se efectuó un modelo de relaciones causales (SEM) con el programa EQS 6.2. con el que contrastar dichas hipótesis. El modelo en cuestión, se asocia al modelo general, el cual está elaborado a raíz de las hipótesis desarrolladas en el apartado x de este trabajo.

De este modo, en un primer modelo se plantean las puntuaciones de los factores asociados a las percepciones sobre los impactos del turismo deportivo en la comunidad como predictores del apoyo de esta hacia el desarrollo del mismo.

En la misma línea que en los análisis factoriales previos, dada la ausencia de normalidad multivariante, se utilizó el método Robusto de

8. Resultados

Estimación de Máxima Verosimilitud (MLR) con la finalidad de corregir dicha falta de normalidad. Como se puede observar en la tabla 58, los resultados del modelo de relaciones causales mostraron un buen ajuste global del mismo.

Tabla 58. Índices de bondad de ajuste del SEM sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo deportivo y el apoyo a su desarrollo en la comunidad.

	S-B χ^2 (gl)	χ^2 (df)	χ^2 /df	RMSEA (IC)	CFI	IFI	NNFI
Impactos-Apoyo	500.19 (174)	187.47 (65)	2.88	0.055 (0.050- 0.061)	0.93	0.93	0.91

Nota. S-B=Satorra Bentler; gl=grados de libertad; RMSEA = Error de Aproximación Cuadrático Medio (≤ 0.080); IC=Intervalo de Confianza RMSEA= error de aproximación cuadrático medio; CFI= Índice de Ajuste Comparado; NNFI= Índice de Ajuste No Normado; IFI= Índice de Ajuste Incremental. CFI, NNFI, IFI ($\geq .90$); χ^2 / gl (≤ 5.00).

Como se observa en la figura 26, las variables impactos económicos ($\beta = .20$), culturales ($\beta = .33$), político-administrativos ($\beta = .37$) y medioambientales ($\beta = -.21$), son predictores del apoyo al desarrollo del sector en la comunidad. Por su parte los impactos sociales ($\beta = -.04$) no resultaron significativos.

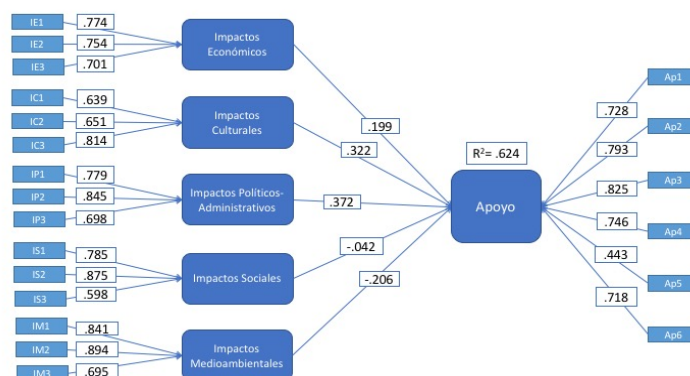


Figura 26. Modelo de predicción de apoyo con el paquete estadístico EQS 6.2.

Tabla 59 . Resultados del modelo de relaciones causales con los coeficientes estandarizados y los valores críticos.

Variables	Beta	t-valor
IE > AP	.20	3.90*
IC > AP	.33	6.64*
IP > AP	.37	7.25*
IS > AP	-.04	-.78
IM > AP	-.21	-4.18*

Nota. * $p \leq .05$; $R^2 = .624$. IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

En la tabla 59. se exponen todos los coeficientes estandarizados y su probabilidad asociada, así como, las hipótesis planteadas para cada una de las relaciones. El modelo de relaciones causales en el que las variables predictoras corresponden a las dimensiones de impactos asociados al turismo activo-deportivo presenta una $R^2 = .624$ que explica un 62.4% de la varianza.

8.6.3 PLS-SEM

Para evaluar el modelo utilizando PLS-SEM se emplea un enfoque de análisis en dos etapas. En primer lugar, se realiza una evaluación del modelo de medición, y seguidamente, se procede a concluir la evaluación del modelo estructural.

8.6.3.1 Evaluación del Modelo de Medición.

El modelo de medición utilizado en este estudio incluyó las cinco variables de impactos asociados extraídas del estudio piloto previo: impacto económico, impacto cultural, impacto político-administrativo, impacto social e impacto medioambiental de los residentes hacia el desarrollo turístico deportivo.

8. Resultados

Tabla 60. Constructos, indicadores, cargas factoriales, alfa de crobach, fiabilidad compuesta y AVE

Constructos	Indicadores	λ	α	FC	AVE
IE			0.79	0.88	0.70
	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	0.85			
	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	0.83			
IC	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	0.83			
			0.74	0.85	0.66
	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	0.77			
IP	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.	0.79			
	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	0.88			
			0.81	0.89	0.72
IS	La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro	0.83			
	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente	0.86			
	Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos	0.86			
IS			0.78	0.87	0.70
	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	0.84			
	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	0.91			
	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	0.74			

Tabla 60. (Continuación)

		0.85	0.91	0.76
IM	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	0.91		
	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua.	0.92		
	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo.	0.79		
AP		0.86	0.90	0.59
	Me gustaría ver a más turistas realizando actividades deportivas en Gran Canaria	0.78		
	Apoyo a que el turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en Gran Canaria	0.83		
	Apoyo al desarrollo de eventos/programas/ servicios turísticos-deportivos (por ejemplo: instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	0.85		
	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo a través del turismo de actividades acuáticas	0.81		
	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de golf en la isla	0.52		
	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de naturaleza en la isla (senderismo, cicloturismo...)	0.78		

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Los valores Alfa de Cronbach que mide la carga de los factores registrados fueron superiores al umbral recomendado de .70.

El coeficiente de fiabilidad (FC) también se utiliza para evaluar la fiabilidad de la construcción y debe ser mayor que .70 para establecer la fiabilidad del constructo (Chin 2010; Hair et al., 2011). La tabla 60

indica que el FC para todas las variables latentes en el modelo de medición para ambos grupos fue mayor a 0.7. Estos resultados indican que el modelo de medición posee una fiabilidad aceptable.

Para evaluar la validez convergente del modelo de medición para ambos grupos, el AVE de las variables latentes también debe ser superior a .50 para que su validez convergente se considere aceptable (Chin 2010; Hair et al., 2011). La tabla 60 muestra que el AVE de los constructos fue superior a .50; por lo tanto, la validez convergente fue aceptable.

La validez discriminante es la medida en que cada variable latente es diferente de otros constructos en el modelo (Hair et al. 2014). Para establecer una validez discriminante, la raíz cuadrada del AVE para cada constructo debe ser mayor que todas las correlaciones entre los constructos y los otros constructos del modelo para cumplir con el criterio de Fornell-Larcker (Chin 2010; Hair et al. 2014). Como criterio, los valores HTMT se comparan con un umbral predefinido: si el valor del HTMT es superior a este umbral, se carece de validez discriminante. Estudios anteriores han sugerido construir umbrales por debajo de .85 o .90 para que el HTMT establezca una validez discriminante (Henseler et al., 2015).

A continuación se muestran los resultados de la evaluación discriminante de la validez del modelo de medición utilizando el criterio de Fornell-Larcker (tabla 61) y la relación HTMT (tabla 62), e indican que el modelo posee una validez discriminante aceptable.

Tabla 61 - Correlaciones de las variables objeto de estudio

	1	2	3	4	5	6
1. IE	0.84					
2. IC	0.39	0.81				
3. IP	0.44	0.29	0.85			
4. IS	-0.17	-0.07	0.37	0.84		
5. IM	-0.04	-0.30	-0.20	0.57	0.87	
6. AP	0.47	0.47	0.59	-0.34	-0.30	0.77

Nota: En la diagonal se ha indicado en negrita el valor de la raíz de AVE. IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

Tabla 62 - Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).

	1	2	3	4	5	6
1. IE						
2. IC	0.50					
3. IP	0.53	0.33				
4. IS	0.21	0.12	0.45			
5. IM	0.06	0.10	0.22	0.69		
6. AP	0.56	0.58	0.66	0.41	0.33	

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

8.6.3.2 Evaluación del Modelo Estructural.

El valor de R^2 fue de .497. Un valor R^2 de .20 es relativamente alto y aceptable para los estándares de investigación conductual (Hair et al. 2014).

Tabla 63- Path coefficients (p_c)

	Path coefficients (p_c)
IE > AP	0.189
IC > AP	0.271
IP > AP	0.369
IS > AP	-0.067
IM > AP	-0.154

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

8. Resultados

Asimismo, un valor de SRMR inferior a .08 puede considerarse aceptable para PLS-SEM (Henseler et al., 2016). Los resultados revelaron que el modelo SRMR se ajustaba a los valores de .065.

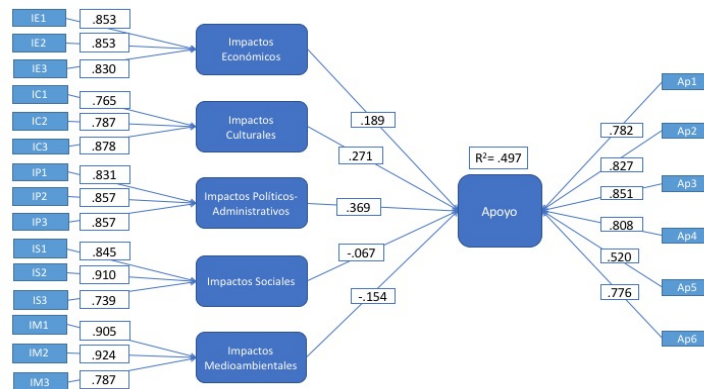


Figura 27. Modelo de predicción de apoyo con el paquete estadístico PLS.

Tal y como se observa en el cuadro comparativo con las tres diferentes metodologías usadas para el análisis de la relación entre los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del sector, se observa como los coeficientes beta están próximos, no existiendo demasiada diferencia entre el método de análisis utilizado.

Tabla 64. Comparativa de índices beta en las variables de impactos con respecto al apoyo según el técnica estadística utilizada.

Variables	Regresión lineal múltiple (Beta)	Eqs (Beta)	PLS (Beta)
Impacto económico ---> Apoyo	.19*	.20*	0.19*
Impacto cultural ---> Apoyo	.25*	.33*	0.27*
Impacto político --->Apoyo	.36*	.37*	0.37*
Impacto social --->Apoyo	-.05	-.04	-0.07
Impacto medioambiental --->Apoyo	-.11*	-.21*	-0.15*
R ²	.48	.62	.50

Nota: * p ≤ .05.

8.6.4 Análisis fsQCA

Para realizar el análisis de fsQCA, en primer lugar se realizó un análisis descriptivo y se calcularon los valores de calibración (tabla 65). Para poder proceder con el análisis del programa fsQCA las respuestas se deben transformar en respuestas fuzzy-set, para lo cual, en primer lugar se deben eliminar todos los casos perdidos, en segundo lugar, todos los constructos (variables) deben ser calculados multiplicando las puntuaciones de los ítems que la componen. Posteriormente las respuestas deben ser recalibradas considerando tres umbrales (Woodside, 2013): percentil 10% (bajo acuerdo o totalmente fuera de la categoría), percentil 50% (nivel intermedio de acuerdo o ni dentro ni fuera de la categoría) y percentil 90% (alto acuerdo o totalmente en la categoría). Después se realizan los análisis de necesidad y suficiencia para evaluar el efecto de las diferentes variables de impacto sobre el apoyo o no al desarrollo del turismo deportivo en la comunidad. Los modelos fsQCA generan tres posibles soluciones: compleja, parsimoniosa e intermedia (esta última, tal y como sugiere la literatura es la que se utilizará para la interpretación del análisis). Luego de realizar los análisis separados usando fsQCA para examinar las combinaciones lógicamente posibles de condiciones (Eng & Woodside, 2012). QCA es una técnica de análisis basada en la teoría de conjuntos. Este análisis permite realizar un análisis en profundidad de cómo las condiciones causales conducen a un resultado (equifinidad). Mediante esta metodología, la influencia de un condición particular en un resultado específico depende de cómo esa condición se combina con

otros condiciones, en lugar del nivel de esa condición individual en sí misma.

Tabla 65 - Estadísticos descriptivos y valores de calibración.

	Apoyo	IE	IC	IP	IS	IM
N	637	645	643	646	639	640
Media	5515.0926	71.7876	52.6050	82.8003	13.7214	20.6969
DT.	5125.05890	37.48204	35.15076	37.28751	22.64613	26.91978
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Máximo	15625.00	125.00	125.00	250.00	125.00	125.00
Valores de calibración						
Percentil 10	375.00	24.00	12.00	27.00	1.00	1.00
50	3840.00	64.00	48.00	80.00	4.00	11.00
90	15625.00	125.00	125.00	125.00	40.00	60.00

Nota. DT: Desviación Típica; IE: Impacto Económico; IC: Impacto Cultural; IP: Impacto Político-administrativo; IS: Impacto Social; IM: Impacto Medioambiental.

8.6.4.1 Disposición y condiciones causales para apoyar el desarrollo del turismo en la comunidad.

Fuzzy-set qualitative comparative analysis

Seguidamente, se procedió a realizar un *Qualitative Comparative Analysis* (QCA) mediante la técnica de fuzzy-set. En la tabla 66 se muestran los resultados del análisis de las condiciones necesarias. En ninguno de los casos, ni para altos niveles (presencia) ni para bajos niveles (ausencia) de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo se encontraron variables necesarias, dado que los valores de consistencia fueron inferiores a .90 (Ragin, 2009). No obstante atendiendo a los valores de la consistencia, las condiciones más importantes, aún sin ser necesarias, son los altos impactos políticos-administrativos para la presencia de altos niveles de apoyo al desarrollo

del turismo activo-deportivo, y los bajos niveles del impactos culturales para la ausencia o bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo.

Tabla 66. Análisis de necesidad para altos y bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo

	Disposición al apoyo		~Disposición al apoyo	
	Consistencia	Cobertura	Consistencia	Cobertura
IE	0.754660	0.653975	0.534941	0.569912
~IE	0.503698	0.468365	0. 675207	0.771868
IC	0.699704	0.698007	0. 487291	0.597620
~IC	0.596644	0.486276	0. 753758	0.755252
IP	0.808056	0.669621	0. 523087	0.532909
~IP	0.436345	0.426678	0. 675708	0.812307
IS	0.484885	0.493743	0. 614141	0.768816
~IS	0.772966	0.619693	0. 595594	0.587027
IM	0.463787	0.486723	0.584065	0.753557
~IM	0.765172	0.599421	0.602169	0.579940

Notas: ~: Bajos niveles; IE: Impacto Económico; IC: Impacto Cultural; IP: Impacto Político-administrativo; IS: Impacto Social; IM: Impacto Medioambiental. En negrita se presentan las condiciones con la consistencia más elevada, aunque en ninguno de los casos resulta ser necesario.

Condiciones suficientes

Posteriormente, en relación al análisis de suficiencia, se calculó la combinación de condiciones que dan lugar a altos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo (tabla 67) y a bajos niveles de éste (tabla 68). Atendiendo al análisis de suficiencia para altos niveles de apoyo, todas las variables están presentes para un elevado nivel de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo. Al realizar el análisis de las condiciones suficientes en la tabla de verdad, se estableció un umbral basado en una ruptura en la distribución de las puntuaciones de consistencia (Schneider, Schulze-Bentrop & Paunescu, 2010), recomendando Ragin (2009) un umbral mínimo de consistencia de .75.

8. Resultados

Para la presencia de altos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo, la frecuencia *cutoff* en la tabla de la verdad se estableció en 1, y el límite de consistencia en la tabla de la verdad se estableció en .82. Basado en la premisa de que en fsQCA un modelo es informativo cuando la consistencia está alrededor o por encima de .74 (Eng & Woodside, 2012), los valores de consistencia (.83 - .80) y de cobertura global (.58 - .46) de las cinco configuraciones suficientes fueron aceptables.

Tabla 67. Solución intermedia del análisis de suficiencia niveles altos de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo.

<i>Frecuencia cutoff: 1; todas las variables están presentes</i>	<i>Apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo</i>				
	<i>Consistencia cutoff: .82</i>				
	1	2	3	4	5
IE		●	●	●	●
IC	●			●	●
IP	●	●	●		
IS		○		○	
IM			○		○
Consistency	.80	.81	.80	.83	.82
Raw coverage	.58	.54	.51	.48	.46
Unique coverage	.12	.02	.02	.01	.01
Overall solution consistency			.75		
Overall solution coverage			.77		

Nota: ~: Bajos niveles; ● = presencia de condición, ○ = ausencia de condición; casi todas las condiciones suficientes tenían una cobertura bruta adecuada entre .24 y .65; : IE: Impacto Económico; IC: Impacto Cultural; IP: Impacto Político-administrativo; IS: Impacto Social; IM: Impacto Medioambiental. Vector esperado para apoyo al turismo activo-deportivo 1.1.1.1.1 (0: ausencia; 1 presencia) usando el formato de Fiss (2011).

La notación empleada por Fiss (2011) se utilizó para presentar los resultados. Los círculos blancos indican la ausencia (~) de una

condición y los círculos negros indican la presencia de una condición. Para la predicción de altos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo, se obtuvieron cinco configuraciones que explicaron el 77% (cobertura: .77; consistencia: .75) de los casos con altos niveles de apoyo. Estas condiciones fueron las siguientes: (1) altos niveles de IC y altos niveles IP (cobertura bruta: .58; consistencia: .80); (2) altos niveles de IE, altos niveles de IP y bajos niveles IS (cobertura bruta: .54; consistencia: .81); (3) altos niveles de IE, altos niveles de IP y bajos niveles de IM (cobertura bruta: .51; consistencia: .80); (4) altos niveles de IE, altos niveles de IC y bajos niveles de IS (cobertura bruta: .48; consistencia: .83) y (5) altos niveles de IE, altos niveles de IC y bajos niveles de IM (cobertura bruta: .46; consistencia: .82). Estas combinaciones explicaron el 58%, el 54%, el 51%, el 48% y el 46 % de los casos con altos niveles de apoyo, respectivamente. A continuación, en la tabla 67 se pueden observar los resultados.

Por otra parte, para la presencia de bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo todas las condiciones estuvieron ausentes. La frecuencia *cutoff* en la tabla de la verdad se estableció en 1, y el límite de consistencia en la tabla de la verdad se estableció en .92. Tomando en consideración la premisa de que en fsQCA un modelo es informativo cuando la consistencia está alrededor o por encima de .74 (Eng & Woodside, 2012), los valores de consistencia (.88 - .92) y de cobertura global (.39 - .54) de las seis configuraciones suficientes resultaron ser aceptables.

8. Resultados

Tabla 68. Solución intermedia del análisis de suficiencia bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo.

<i>Frecuencia cutoff: 1; todas las variables están ausentes</i>	<i>~Apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo</i>					
	<i>Consistencia cutoff: .92</i>					
	1	2	3	4	5	6
IE	○		○			○
IC		○			●	○
IP	○	○		○	○	
IS						●
IM			●	●		
Consistency	.90	.90	.89	.90	.88	.92
Raw coverage	.52	.54	.43	.45	.48	.39
Unique coverage	.02	.03	.03	.01	.01	.02
Overall solution consistency			.82			
Overall solution coverage			.74			

Nota: ~: Bajos niveles; ● = presencia de condición, ○ = ausencia de condición; casi todas las condiciones suficientes tenían una cobertura bruta adecuada entre .24 y .65; : IE: Impacto Económico; IC: Impacto Cultural; IP: Impacto Político-administrativo; IS: Impacto Social; IM: Impacto Medioambiental. Vector esperado para ~ apoyo al turismo activo-deportivo 0.0.0.0.0 (0: ausencia; 1 presencia) usando el formato de Fiss (2011).

La solución intermedia para bajos niveles de apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo, consistió en seis configuraciones que explicaron el 74% de los casos con bajos niveles de apoyo (cobertura: .74; consistencia: .82). Las seis configuraciones fueron: (1) bajos niveles de IE y bajos niveles de IP (cobertura bruta: .52; consistencia: 0.90); (2) bajos niveles de IC y bajos niveles de IP (cobertura bruta: .54; consistencia: .90); (3) bajos niveles de IE y altos niveles de IM (cobertura bruta: .43; consistencia: .89); (4) bajos niveles de IP y altos niveles de IM (cobertura bruta: .45; consistencia: 0.90); (5) altos niveles de IC y bajos niveles de IP (cobertura bruta: .48; consistencia: .88) y (6) bajos niveles de IE, bajos niveles de IC y altos niveles de IS (cobertura

bruta: .39; consistencia: .92). Todas estas combinaciones explicaban entre el 39% y el 74% de los casos con bajos niveles de apoyo.

8.7 Efecto de variables mediadoras sobre las percepciones de los impactos percibidos con respecto al apoyo al desarrollo del turismo deportivo.

Siguiendo lo establecido en las hipótesis de investigación (H8, H9 y H10), en este apartado se desarrollaran los análisis de mediación simple de variables extrínsecas como las percepciones sobre la imagen, apego y calidad de vida de los residentes en la comunidad.

Para ello, se ha utilizado la interfaz Process para SPSS (Hayes 2013) con el objetivo de conocer el porcentaje de varianza explicada de una variable dependiente, en función de un conjunto de variables independientes, midiendo la influencia (directa o indirecta) que efectúe una variable mediadora (Hayes, 2013; Fernandez-Muñoz & García-González, 2017).

Para que pueda ser aplicado el análisis de mediación simple, Baron y Kenny (1986) señalan que deben cumplirse cuatro supuestos previos:

- 1) confirmar que la variable independiente se relaciona significativamente con la variable dependiente;
- 2) confirmar que la variable independiente se relaciona significativamente con la variable mediadora;
- 3) confirmar que la variable mediadora tiene una relación significativa con la variable dependiente permaneciendo

constante el efecto de la variable independiente;

- 4) comprobar que la relación entre la variable independiente y dependiente resulta significativamente menor cuando se incorpora la variable mediadora.

Para este último caso, indican los autores que lo recomendable es aplicar el test de Sobel, que compara la significación estadística entre los efectos directos de la variable independiente y los efectos indirectos a través de la variable mediadora (Sobel, 1982), lo que confirmaría que cuando se incluye la variable mediadora se produce una disminución de los efectos directos de la variable independiente sobre la dependiente.

Por su parte, Zhao, Lynch y Chen, (2010), realizan una revisión sobre los criterios establecidos por Baron y Kenny, en el que formulan una serie de correcciones y a su vez, proporcionar un procedimiento y toma de decisiones a la hora de probar la mediación, clasificar su tipo e interpretar los resultados obtenidos. Los autores argumentan que los resultados de mediación (directa o indirecta) variaban según la significación entre las relaciones de las variables independientes, dependientes y mediadora, a través de la presencia o ausencia de mediación, sin necesidad de que deban mostrar previamente una relación estadísticamente significativa entre variables.

En cuanto a los resultados del análisis, en primer lugar se presentan los resultados del análisis de regresión lineal simple entre las variables independientes (impactos asociados a las percepciones sobre el turismo deportivo), las variables variable mediadoras (percepción sobre la imagen, apego y calidad de vida de los residentes), y la variable

dependiente (apoyo al desarrollo del turismo deportivo).

8.7.1 Efecto mediador de la calidad de vida sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

Atendiendo a los resultados obtenidos por el efecto mediador de la variable calidad de vida, se puede observar como los coeficientes estandarizados de todas las dimensiones son estadísticamente significativos. El efecto indirecto que la variable mediadora calidad de vida en relación a la dependiente (apoyo) y las variables independientes impactos económicos ($\beta = .15$, IC = .11-.20), impactos culturales ($\beta = .14$, IC = .10-.18), impactos políticos ($\beta = .12$, IC = .08-.16), impactos sociales ($\beta = -.04$, IC = -.08-.00) e impactos medioambientales ($\beta = -.03$, IC = -.06-.00).

El efecto total de los impactos asociados a las percepciones de los residentes sobre el apoyo al desarrollo del turismo deportivo también resulta significativo en toda las variables: impactos económicos ($R^2 = .21$, $F = 162.17$, $p < 0.001$, $Ef = .43$, IC = .37-.50), impactos culturales ($R^2 = .21$, $F = 164.74$, $p < 0.001$, $Ef = .40$, IC = .34-.47) impactos políticos ($R^2 = .30$, $F = 272.32$, $p < 0.001$, $Ef = .54$, IC = .49-.62), impactos sociales ($R^2 = .09$, $F = 65.09$, $p < 0.001$, $Ef = -.25$, IC = -.31 – -.19) e impactos medioambientales ($R^2 = .07$, $F = 46.63$, $p < 0.001$, $Ef = -.20$, IC = -.25 – -.14).

8. Resultados

Tabla 69. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la calidad de vida.

De →Hacia	Coeficientes estandarizados		Efecto		
	CV.	AP	Estimado	IC _i	IC _s
EC.	.42*	.28*			
CV.		.36*			
CU.	.39*	.27*			
CV.		.35*			
PO.	.34*	.44*			
CV.		.34*			
SO.	-.08*	-.21*			
CV.		.47*			
ME.	-.05	-.17*			
CV.		.48*			
Efecto indirecto					
EC.→CV→AP			.15*	.11	.20
CU.→CV→AP			.13*	.10	.18
PO.→CV→AP			.12*	.08	.16
SO.→CV→AP			-.04*	-.07	-.00
ME.→CV→AP			-.03	-.06	.01
Efecto directo					
EC. →AP			.28*	.21	.35
CU. →AP			.27*	.20	.33
PO. →AP			.44*	.37	.51
SO. →AP			-.21*	-.26	-.16
ME. →AP			-.17*	-.22	-.12
Efecto total					
EC. →AP			.43*	.37	.50
CU. →AP			.40*	.34	.47
PO. →AP			.56*	.49	.62
SO. →AP			-.25*	-.31	-.19
ME. →AP			-.20*	-.25	-.14

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

También se muestran los resultados del test de Sobel, que reflejan que el efecto de mediación parcial descrito en el modelo ha sido estadísticamente significativo (EC: $z = 7.57$, $p < 0,001$; CU: $z = 7.46$, $p < 0,001$; PO: $z = 6.78$, $p < 0,001$; SO: $z = -2.45$, $p < 0,001$; ME: $z = -1.98$, $p > 0,05$).

8.7.2 Efecto mediador de la imagen sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

Asimismo, los resultados obtenidos por el efecto mediador de la variable imagen, se puede observar como los coeficientes estandarizados de todas las dimensiones también resultaron ser estadísticamente significativos. El efecto indirecto que la variable mediadora imagen, en relación a la dependiente (apoyo) y las variables independientes: impactos económicos ($\beta = .18$, IC = .13-.23), impactos culturales ($\beta = .12$, IC = .08 – .16), impactos políticos ($\beta = .19$, IC = .13 – .26), impactos sociales ($\beta = -.11$, IC = -.16 – -.07) e impactos medioambientales ($\beta = -.06$, IC = -.10 – -.03).

Por otro parte, el efecto total de los impactos asociados a las percepciones de los residentes sobre el apoyo al desarrollo del turismo deportivo también resulta significativo en toda las variables: impactos económicos ($R^2 = .20$, $F = 152.32$, $p < 0.001$, $Ef = .42$, IC = .35-.49), impactos culturales ($R^2 = .20$, $F = 155.43$, $p < 0.001$, $Ef = .39$, IC = .33-.46) impactos políticos ($R^2 = .30$, $F = 266.22$, $p < 0.001$, $Ef = .55$, IC = .49-.62), impactos sociales ($R^2 = .09$, $F = 64.34$, $p < 0.001$, $Ef = -.25$, IC = -.31 – -.19) e impactos medioambientales ($R^2 = .07$, $F = 49.21$, $p < 0.001$, $Ef = -.20$, IC = -.26 – -.14).

8. Resultados

Tabla. 70. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la imagen.

De →Hacia	Coeficientes estandarizados		Efecto Estimado	IC _i	IC _s
	IM.	AP			
EC.	.34*	.25*			
IM.		.51*			
CU.	.21*	.28*			
IM.		.54*			
PO.	.46*	.36*			
IM.		.41*			
SO.	-.19*	-.13*			
IM.		.60*			
ME.	-.10	-.14*			
IM.		.62*			
Efecto indirecto					
EC.→IM→AP			.18*	.13	.23
CU.→IM→AP			.12*	.08	.16
PO.→IM→AP			.19*	.13	.26
SO.→IM→AP			-.11*	-.16	-.07
ME.→IM→AP			-.06	-.10	-.03
Efecto directo					
EC. →AP			.25*	.18	.31
CU. →AP			.28*	.22	.33
PO. →AP			.36*	.29	.44
SO. →AP			-.13*	-.19	-.08
ME. →AP			-.14*	-.18	-.09
Efecto total					
EC. →AP			.42*	.35	.49
CU. →AP			.39*	.33	.46
PO. →AP			.55*	.49	.62
SO. →AP			-.25*	-.31	-.19
ME. →AP			-.20*	-.26	-.14

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

También se muestran los resultados del test de Sobel, que reflejan que el efecto de mediación parcial descrito en el modelo ha sido estadísticamente significativo (EC: $z = 8.39$, $p < 0,001$; CU: $z = 6.70$, $p < 0,001$; PO: $z = 7.86$, $p < 0,001$; SO: $z = -6.60$, $p < 0,001$; ME: $z = -4.10$, $p < 0,001$).

8.7.3 Efecto mediador del apego sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados hacia el turismo deportivo y su apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.

Atendiendo a los resultados obtenidos por el efecto mediador de la variable apego se puede observar como los coeficientes estandarizados de todas las dimensiones nuevamente son estadísticamente significativos. El efecto indirecto que la variable mediadora apego en relación a la dependiente (apoyo) y las variables independientes impactos económicos ($\beta = .07$, IC= .04–.10), impactos culturales ($\beta = .04$, IC= .02–.07), impactos políticos ($\beta = .06$, IC= .03–.10), impactos sociales ($\beta = -.04$, IC= -.07–.02) e impactos medioambientales ($\beta = -.02$, IC= -.04–.00).

En cuanto al efecto total de los impactos asociados a las percepciones de los residentes sobre el apoyo al desarrollo del turismo deportivo, los impactos económicos ($R^2 = .21$, $F = 166.90$, $p < 0.001$, $\beta = .44$, IC= .37–.50), impactos culturales ($R^2 = .20$, $F = 161.85$, $p < 0.001$, $\beta = .40$, IC= .34–.47) impactos políticos ($R^2 = .30$, $F = 270.46$, $p < 0.001$, $\beta = .56$, IC= .49–.63), impactos sociales ($R^2 = .10$, $F = 68.31$, $p < 0.001$, $\beta = -.25$, IC= -.31 – -.19) e impactos medioambientales ($R^2 = .07$, $F = 46.71$, $p < 0.001$, $\beta = -.20$, IC= -.25 – -.14), también resultan ser significativos.

8. Resultados

Tabla. 71. Coeficientes estandarizados y efectos indirecto, directo y total relacionados a la apego.

De →Hacia	Coeficientes estandarizados		Efecto		
	APE.	AP	Estimado	IC _i	IC _s
EC.	.33*	.37*			
APE.		.20*			
CU.	.18*	.26*			
APE.		.24*			
PO.	.43*	.50*			
APE.		.14*			
SO.	-.16*	-.21*			
APE.		.26*			
ME.	-.06	-.18*			
APE.		.29*			
Efecto indirecto					
EC. →APE →AP			.07*	.04	.10
CU. →APE →AP			.04*	.02	.07
PO. →APE →AP			.06*	.03	.10
SO. →APE →AP			-.04*	-.07	-.02
ME. →APE →AP			-.02*	-.04	.00
Efecto directo					
EC. →AP			.37*	.30	.44
CU. →AP			.36*	.30	.42
PO. →AP			.50*	.43	.57
SO. →AP			-.21*	-.27	-.15
ME. →AP			-.18*	-.23	-.12
Efecto total					
EC. →AP			.44*	.37	.50
CU. →AP			.40*	.34	.46
PO. →AP			.56*	.49	.63
SO. →AP			-.25*	-.31	-.19
ME. →AP			-.20*	-.25	-.14

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo.

También se muestran los resultados del test de Sobel, que reflejan que el efecto de mediación parcial descrito en el modelo ha sido estadísticamente significativo (EC: $z = 4.85$, $p < 0,001$; CU: $z = 4.01$, $p < 0,001$; PO: $z = 4.07$, $p < 0,001$; SO: $z = -3.96$, $p < 0,001$; ME: $z = -1.92$, $p > 0,05$).

CAPÍTULO IX. DISCUSIÓN

9. Discusión

En el siguiente capítulo, se destacan los resultados obtenidos, con el objetivo de intentar clarificar una posible explicación de los mismos, comparándolos con trabajos previos realizados en este área de investigación, y respondiendo a las hipótesis y objetivos previamente planteados.

En primer lugar, se analizarán los resultados obtenidos del desarrollo y validación de la escala propuesta para el análisis de la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad. Seguidamente, se discutirán los resultados relacionados con las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo, incidiendo en los resultados obtenidos mediante la diferenciación de las características sociodemográficas analizadas. Posteriormente, se analizará la relación entre el apoyo de los residentes al desarrollo de la actividad turístico-deportiva y las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados a la actividad. Se incidirá en las diferencias que existen entre las distintas metodologías usadas para conocer la disposición a apoyar el desarrollo de la actividad turística en la isla, incidiendo en las diferentes ventajas e inconvenientes que poseen cada una de ellas.

En el cuarto punto se analizará el efecto mediador que tienen las percepciones de los residentes sobre la imagen, el apego y la calidad de vida en relación al apoyo y las percepciones sobre los impactos

asociados al turismo activo-deportivo. A continuación, se expondrá un resumen de resultados y su relación con los objetivos e hipótesis de la investigación, seguido de una descripción de las limitaciones y futuras líneas de investigación. Por último, se expondrán una serie de aplicaciones prácticas para el ámbito de la gestión deportiva.

9.1 Desarrollo y validación de las escalas de percepción de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo.

Identificar y comprender los factores que influyen en el apoyo de los residentes de una comunidad resulta importante, puesto que es una pieza fundamental para el crecimiento en materia turística. La actividad turística puede generar resultados tanto positivos como negativos, influyendo estos de manera directa en el apoyo de los residentes hacia el desarrollo e implementación de nuevas iniciativas turísticas (Lankford & Howard, 1994). En la actualidad, multitud de estudios empíricos han utilizado los modelos de ecuaciones estructurales para examinar las relaciones entre el apoyo hacia el desarrollo del turismo con los impactos económico, cultural, social, y efectos medioambientales o políticos-administrativos percibidos.

Teorías como la del intercambio social (Ap, 1992) que desarrolla un modelo que explora las relaciones entre las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo y el apoyo hacia este. Ese modelo considera, tanto efectos positivos como negativos del turismo como la circunstancia más importante de las actitudes de los residentes

hacia el apoyo al turismo. Por lo tanto, las percepciones positivas que posean los residentes hacia los beneficios obtenidos del desarrollo turístico, pueden ser indicadoras de apoyo hacia políticas de desarrollo turístico concretas (Bramwell, 2011), como es el caso del turismo deportivo.

Comúnmente, las aportaciones sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo han sido analizadas desde una perspectiva multidimensional, relacionadas con aspectos englobados dentro de las diferentes categorías descritas bibliográficamente en referencia a las percepciones de los residentes.

De este modo, los impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales y políticos-administrativos ejercen efecto sobre el apoyo, siendo estos una herramienta con enorme potencial para aprovechar el turismo como parte de una estrategia de desarrollo de la comunidad (Andereck & Vogt, 2000). Algunos estudios han ahondado en los impactos asociados a las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo en la comunidad con escalas multidimensionales (Bridda, Del Chiappa, Meleddu & Pulina, 2014; Choi & Murray, 2010; Lee 2013), o han elaborado marcos teóricos para la evaluación de este tipo de impactos en la comunidad (Gibson, 1998; Weed, 2009).

Asimismo, la mayor parte de las aportaciones realizadas en el ámbito internacional han incidido en el análisis factorial exploratorio como técnica estadística, así como la medida de Alfa de Cronbach para acreditar la fiabilidad de las escalas (Baldock et al., 2011; Ritchie, Shipway & Cleeve, 2009). Frecuentemente, trabajos como el de Kim et

al., (2015), han desarrollado los instrumentos de medida a partir de otros trabajos previos (Delamare, 2001; Kim & Walker, 2012; Weed 2005). También escalas como la de Fredline, Jago y Deery (2003), sobre los eventos deportivos, o la de Lankford y Howard (1994) y Ap y Crompton (1998) son escalas frecuentemente adaptadas en la investigación sobre los impactos del turismo.

En los últimos años, en referencia a materia turística, varios estudios han indagado en las percepciones de los residentes (Balduck et al., 2011; Llopis-Amorós & Gil-Saura, 2011; Ma & Rotherham, 2016; Prayag, Hosany & Odeh, 2013) elaborando los instrumentos de medida a partir de diversas escalas. Sin embargo, los trabajos que han utilizado los SEM y el CFA son más escasos y actuales (Kaplanidou et al., 2013; Kim et al., 2015; Kim & Walker, 2012; Lorde, Greenidge & Devonish., 2011; Nunkoo & Gursoy, 2016; Nunkoo, Ramkinson & Gursoy, 2013; Parra, 2017; Prayag et al., 2013). De esta forma, el análisis factorial confirmatorio es el método más adecuado cuando se pretende desarrollar un nuevo instrumento de investigación, siempre que se apoye en evidencias empíricas y marcos teóricos bien desarrollados (Bollen, 1989).

Por ese motivo, en este trabajo se han combinado los análisis factoriales exploratorios y confirmatorios para la agrupación de los ítems propuestos en las diferentes escalas de impactos, siguiendo el procedimiento similar a estudios previos realizados en el área (Kaplanidou et al, 2013; Kim & Walker, 2012; Kim et al., 2015; Parra, 2017). Este trabajo ha adoptado un enfoque interdisciplinario, con el

objetivo de robustecer la revisión de la literatura, así como los procedimientos de desarrollo de la escala para medir los impactos percibidos del turismo (Delamere, 2001; Kim & Walker, 2012; Lankford & Howard, 1994; Mayfield & Crompton, 1995; Weed, 2005). El modelo resultante para este estudio fue desarrollado incluyendo cinco factores con 15 ítems relacionados con los impactos económicos, impactos sociales, impactos culturales, impactos medioambientales e impactos políticos-administrativos. La mayor parte de los modelos que hasta ahora se habían propuesto para el estudio de las percepciones de los residentes hacia el turismo habían sido enfocados con respecto a variables de diferentes impactos como pueden ser los impactos económicos, sociales-culturales y medioambientales o impactos físicos, legados socioculturales o de beneficios generales (Almeida-García et al., 2015; Byrd et al., 2009; Calabuig et al., 2014; González-García et al., 2016; Huh & Vogt 2008; Karadakis & Kaplanidou, 2012; Latkova & Vogt, 2012; Parra et al., 2014; Ma & Kaplanidou, 2017; Preuss & Solberg, 2006; Perdue et al., 1990; Ritchie et al., 2009). Aunque los estudios existentes utilizan los términos impacto social y cultural indistintamente, o los clasifican en un grupo similar (Bagri & Kala, 2016; Brida et al., 2012; Brida et al., 2014; Garau, Gutierrez & Díaz., 2016; Kim et al., 2013; Rootenberg, 2012), este estudio proporciona una escala para cada conjunto de impactos, lo que permite a los actores implicados en el desarrollo del turismo planificar estratégicamente con el objetivo de mejorar las percepciones de los residentes sobre impactos de manera más específica. Es esta investigación, las percepciones de los

residentes sobre las dimensiones de los impactos asociados al turismo deportivo, se dividen en: (1) económicos, (2) sociales, (3) culturales, (4) medioambientales y (5) políticos-administrativas, pudiendo ser esta segmentación a causa de analizar una actividad económica imperecedera, puesto que aborda la actividad turístico deportiva como una actividad propia del sector turístico.

A pesar de ello, se observan en el estudio una serie de sub-dimensiones relacionadas. Este hecho es semejante al contemplado en su modelo por Colmenares (2009), puesto que en él se observan como los impactos positivos quedan enmarcados en sociales, económicos y medioambientales, mientras que los costes se encuadran en socioeconómicos y ambientales. En nuestro trabajo, se puede observar como los impactos económicos, culturales y políticos, quedan correlacionados entre sí, distanciándose de los impactos sociales y medioambientales, cuya correlación se antoja en sentido negativo. Se debe puntualizar que nuestra investigación estuvo orientada hacia el sector turístico-deportivo, pudiendo ser esta variable la que diversificó las sub-dimensiones anteriormente mencionadas de ese modo.

De esta manera, se comprobó que la clasificación de indicadores extraídos en las categorías de impacto diferenciadas se consideraba adecuada para el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo en la comunidad analizada. Las dimensiones extraídas se asemejan a las clasificaciones teóricas realizadas en trabajos previos sobre las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo en la comunidad (Fredline, 2004; Preuss

& Solberg, 2006) y resultan similares a las propuestas en otros estudios (Año et al., 2012; Balduck et al., 2011; Fredline et al., 2003; González-García et al., 2016; Kim, Gursoy & Lee, 2006; Parra et al., 2016; Ritchie et al., 2009).

En nuestro estudio, destaca la inclusión de los impactos políticos-administrativos como categoría integrada dentro del modelo explicativo. Esta categoría es comúnmente obviada entre los factores que explican los impactos asociados a las percepciones de los residentes, centrándose este tipo de estudios en las percepciones sobre otros tipos de impactos. Este factor está integrado por tres indicadores relacionados con la planificación futura de la industria del turismo deportivo, la mejora continua de los planes de desarrollo del sector y el esfuerzo para atraer a más turistas deportivos. También, existen trabajos que prestan atención a este indicador, categorizándolo de manera similar, o incluso siendo este centro de la investigación (Nunkoo & Gursoy, 2016; Pastras & Bramwell, 2013).

9.2 Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo activo-deportivo.

Señala Ross (1992) que los residentes deben contribuir con su participación en los diferentes niveles de la planificación, desarrollo e implementación de las actividades turísticas, con el objetivo de ayudar y extender su hospitalidad hacia los turistas. Todo ello debe realizarse durante el intercambio producido en el proceso de convivencia (Gursoy et al., 2010).

Atendiendo a los impactos del turismo deportivo en la localidad, destaca Medina y Sánchez (2005) que, en primer lugar, la presencia de actividades físico-deportivas mejora y diferencia la oferta turística de una localidad o de una zona. Dichas actividades pueden llevarse a cabo tanto en zonas costeras como en zonas de interior, con lo cual contribuyen a potenciar este tipo de turismo alternativo. Asimismo, indican los autores en relación con aquellas actividades que suelen realizarse en un entorno natural, que hay que tener en cuenta una serie de factores: positivos, en cuanto a la potenciación del turismo, la actividad económica y el desarrollo local en la zona, o una oferta alternativa y atractiva hacia el usuario, pero por el contrario también negativos, como la inevitable degradación del medio ambiente y posible masificación de áreas que no cuentan con las infraestructuras necesarias para ello. Añade el autor, la necesidad de colaboración entre instituciones públicas y empresas privadas, a la hora de invertir, potenciar y promocionar este tipo de acciones, sin olvidar la vinculación con la cultura e incluso con el patrimonio cultura de la localidad.

En términos generales, los residentes de Gran Canaria consideran que el turismo deportivo produce en la localidad más beneficios que perjuicios. La percepción positiva que la población autóctona tiene acerca de los impactos que el turismo ocasiona o podría ocasionar en la localidad, deriva en una actitud favorable hacia un mayor desarrollo turístico orientado hacia el sector deportivo. Este resultado coincide con el obtenido por Canalejo et al. (2012) en su investigación sobre las

percepciones y actitudes del residente acerca del impacto del turismo en la Isla de Santiago (Cabo Verde), donde muestran que el residente está claramente a favor de un mayor desarrollo turístico porque lo considera beneficioso, sin embargo, es consecuente con los impactos negativos que ocasiona. En este sentido, señala Ramón-Cardona (2014) que los residentes en Ibiza tenían una valoración muy positiva sobre el desarrollo de las actividades turístico-deportivas en la localidad e incluso esta valoración ha ido en aumento con el paso del tiempo, creciendo esta valoración de un 79.20% de aceptación en el año 2002 a un 87.32% de aceptación en 2011.

La bibliografía sugiere que existe una relación positiva entre los factores asociados a los impactos positivos percibidos y el apoyo de los residentes al desarrollo turístico. Estos reflejan la visión común del turismo como una herramienta para la prosperidad económica y el desarrollo de la comunidad. Concuerdan con los hallazgos de Stylidis et al. (2014), que señalan que cuando los residentes obtienen una mejor percepción sobre los impactos sociales, culturales, ambientales y económicos positivos, estos apoyan el desarrollo del turismo. Por su parte, Yu, Chancellor y Cole (2011) señalan en su estudio que, en los Estados Unidos, las percepciones de los residentes sobre los impactos socioculturales y económicos positivos afectan positivamente el apoyo al desarrollo turístico. Wang y Pfister (2008), señalan que los impactos positivos derivados del desarrollo turístico serán aquellos con incidencia directa en la economía (incremento de las oportunidades de

empleo; mejora de la inversión, más desarrollo y mejores infraestructuras; y mejora de los ingresos y nivel de vida).

Además, Dyer et al. (2007) encontraron que los impactos sociales y económicos positivos percibidos tienen una relación directa con el apoyo de los residentes al desarrollo turístico en Sunshine Coast, Australia. En el presente trabajo, se han encontrado que los impactos económicos, culturales y políticos-administrativos son los que se relacionan de manera positiva con el apoyo al desarrollo del turismo deportivo en la comunidad.

Por su parte, y de manera similar a los resultados obtenidos en el análisis de las percepciones de los residentes en Gran Canaria, Hammad, Ahmad y Papastathopoulos (2017), señalan que las percepciones negativas de los residentes sobre el turismo y los impactos medioambientales influyen negativamente en el apoyo al desarrollo turístico. De la misma manera concuerda con los hallazgos de Yu et al. (2011) y Hanafiah, Jamaluddin y Zulkiflyl (2013), quienes encontraron una relación negativa entre las percepciones de los residentes sobre los impactos negativos del turismo y el apoyo al desarrollo turístico. Por el contrario, King, Pizam y Milman (1993) indican que incluso cuando los residentes reconocen los impactos negativos del turismo, estos siguen apoyando el desarrollo turístico, caso similar al que ocurre con los residentes de Gran Canaria, que, a pesar de reconocer los impactos negativos asociados a la actividad en cuestión, el desarrollo del turismo activo-deportivo obtiene una alta valoración.

De manera similar a las percepciones de los residentes en Gran Canaria, Hammad et al. (2017), sugieren que hay ninguna relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos sociales negativos del turismo y el apoyo al desarrollo turístico. Asimismo, aunque los residentes reconocen los impactos sociales negativos del turismo, apoyan el desarrollo turístico en Abu Dhabi. Por su parte, Yu et al. (2011) informa que los impactos socioculturales negativos afectan negativamente el apoyo al desarrollo del turismo, pero el estudio actual no encontró ninguna relación entre los impactos sociales negativos y el apoyo al desarrollo del turismo, asimismo, en nuestro trabajo, los impactos culturales quedaron enmarcados con una valoración positiva.

De manera similar a nuestro trabajo Masa'deh et al. (2017) revelaron que existen impactos significativos de dos variables (impactos ambientales y económicos) en el apoyo al desarrollo turístico; mientras que la variable de impactos sociales no tiene un impacto significativo en él. Asimismo, Dyer et al. (2007) no encontraron ninguna relación entre los impactos sociales negativos y el apoyo de los residentes al desarrollo turístico. Una posible explicación a este hecho es que algunos residentes ignoran los costes sociales si esperan beneficios económicos, especialmente durante tiempos de crisis económica (Garau et al., 2016). Dado que los residentes enfatizan en los beneficios del desarrollo turístico de la comunidad, estos podrían sobrestimar los impactos económicos positivos del turismo y subestimar los impactos sociales negativos.

Khan, Seng y Cheong (1990) sugieren que el tipo de turistas que visitan un destino reduce los impactos sociales del turismo si los turistas son amigables, educados y grandes consumidores. Los residentes en Gran Canaria podrían tener la percepción que la tipología del turista activo-deportivo es un turista con ingresos y que este busca experiencias vacacionales plenas. A pesar de estos resultados, se debe recalcar que, en nuestro trabajo, la variable con una mayor predisposición al apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo son los impactos político-administrativos.

Por otra parte, diversos trabajos señalan que la identidad de un individuo influye en sus comportamientos y actitudes hacia el apoyo y al desarrollo del turismo en la comunidad (Sharma & Dyer, 2009); por lo que resulta interesante realizar una valoración de las percepciones, según diferentes aspectos demográficos, con el objetivo de obtener información con el máximo nivel de especificación posible Sinclair-Maragh (2017).

Edad

A razón de los resultados obtenidos en nuestra investigación, los residentes en Gran Canaria apenas aprecian diferencias significativas en función de la edad en los factores analizados. Únicamente se consideran diferencias significativas en la variable impactos políticos-administrativos entre los grupos de más de 56 años y el más joven, con edades comprendidas entre los 18 y 25 años.

En investigaciones como la de McGehee y Andereck (2004), señalaban que cuanto mayor edad tenían los residentes, más de acuerdo estaban con los impactos positivos y en desacuerdo con los impactos negativos del turismo. Indican los autores que esto puede ser debido a que los mayores reconocen la actividad turística como una estrategia de desarrollo económico. Por su parte, Reeder y Brown (2005) señalaban que los residentes de más edad percibían que el desarrollo de la actividad turística podía combatir con el declive de otras industrias más tradicionales como las desarrolladas en el sector primario.

Con motivo de la tradición que tiene la isla de Gran Canaria como destino turístico puntero a nivel europeo, los residentes han podido beneficiarse de las oportunidades que ofrece el sector, con el consiguiente desarrollo asociado al mismo. Es posible que los residentes más jóvenes perciban menos beneficios puesto que estos no han tenido la oportunidad de explotar las benevolencias que tuvo el sector en su época de desarrollo, constanding las oportunidades que ofrece el sector turístico como propias de un destino consolidado.

Por otro lado, Huh y Vogt (2008) señalaban que los residentes manifestaban un cambio de actitud con el paso del tiempo. Asimismo, de manera contraria a nuestro estudio, señalan los autores que los residentes más jóvenes tenían actitudes más favorables y apreciaban en mejor medida las ventajas que ofrece el turismo, mientras que a medida que envejecen, estas actitudes pasan a ser menos favorables.

Atendiendo a los resultados de Sinclair-Maragh (2017) en su análisis sobre el apoyo de los residentes al desarrollo del turismo en Jamaica,

señalan que los residentes más jóvenes, concretamente aquellos con edades comprendidas entre 18 y 25 años de edad, fueron los que más apoyaron el desarrollo del turismo. Explican los autores que este apoyo podría ser debido a la percepción que existe entre los jóvenes sobre el declive en otro tipo de sectores económicos en la isla, por lo que pueden percibir que el sector turístico podría ofrecer nuevas oportunidades de empleo.

En este sentido, los residentes de Gran Canaria con mejor puntuación hacia el apoyo al desarrollo del sector turístico-deportivo son el grupo de más de 56 años, frente al grupo con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, los que menos muestras de apoyo exponen hacia el desarrollo del sector. Este hecho podría explicarse en la medida que el sector activo-deportivo crece en popularidad, percibiendo los residentes de mayor edad una oportunidad de desarrollo, mientras que los jóvenes no perciben tal oportunidad con motivo de las escasas expectativas de futuro como consecuencia de la crisis económica.

A razón de las percepciones sobre el turismo activo-deportivo, se ejerce influencia a apoyar menos su desarrollo, ya que existe una relación directa significativa entre las percepciones de los residentes sobre el turismo y su apoyo al desarrollo turístico (Latkova & Vogt, 2012; Nunkoo & Gursoy, 2012).

Sexo

Otras de las características sociodemográficas analizadas es la que contempla el sexo de los residentes como elemento diferencial. De esta

manera, señalan Kuvan y Akan (2005), que cuando ambos sexos expresan su apoyo hacia el desarrollo de un sector, pueden dar diferentes razones para hacerlo, lo que sugiere una diferencia de actitudes.

Nunkoo y Gursoy (2012) afirman que el sexo es un buen indicador de las actitudes positivas y negativas hacia el turismo. Asimismo, en su estudio concluyeron que las mujeres eran más propensas a percibir los impactos negativos del turismo y, por lo tanto, a apoyar menos a la industria turística. Por el contrario, señalan Harrill y Potts (2003) que las mujeres tienen tendencia a percibir unos mejores beneficios de la actividad turística. Además, Bakas (2014) señala que las mujeres apoyan el desarrollo del turismo debido a cuestiones culturales como el cuidado a las labores necesarias durante la estancia del turista, debido a la proporción de mujeres empleadas en el sector turístico.

En el caso de Gran Canaria, las diferencias significativas en cuestión de sexo se manifiestan en los impactos culturales del mismo, obteniendo las mujeres una mejor valoración que los hombres. Por lo que respecta al apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad, a pesar de no existir diferencias significativas, las mujeres residentes en Gran Canaria tienen una mejor valoración con respecto a los hombres, lo que está en congruencia con el estudio de Harrill y Potts (2003).

Asimismo, esta afirmación no está en la línea de lo expuesto por González-García et al. (2016), donde los hombres obtienen una mejor valoración del apoyo hacia el desarrollo del turismo deportivo, en este caso haciendo referencia a los eventos deportivos celebrados en la isla.

Este hecho podría ser debido al objeto del estudio, puesto que el estudio elaborado por González-García et al (2016), devenía de un acontecimiento deportivo concreto (Copa del Mundo de Baloncesto 2014) y en este estudio se analiza de manera global las actividades turístico deportivas, con el consecuente aumento de oportunidades de desarrollo que pudieran percibir los residentes.

Práctica deportiva

Una de los posibles efectos que puede tener la promoción de actividades físico deportivas en la localidad es el incremento de práctica de actividad física por parte de los residentes, potenciando en este sentido, un incremento de la frecuencia en la participación de los que ya realizan actividades físico-deportivas (Weed et al., 2009).

Tal y como muestran los resultados de este estudio, aquellos residentes que realizan actividad físico-deportiva perciben significativamente mejor los impactos asociados a las actividades de turismo activo-deportivo. De la misma manera, los residentes más activos, apoyan al desarrollo del turismo deportivo de manera significativa frente a los que no realizan actividad física alguna. Este hecho puede ser entendido como de manera racional, puesto que el impulso de actividades activo-deportivas revierte en la promoción de esta en la comunidad (Fredline, 2005).

Municipio de residencia

En este sentido, las percepciones de los ciudadanos según el municipio de residencia se verá afectada, según la distancia e influencia que la

actividad turística tenga en la localidad. En una primera aproximación Allen et al., (1988) indicaron que los residentes que vivían más cerca de las zonas recreativas tenían una fuerte actitud negativa hacia el desarrollo del turismo. Por su parte, Haley, Snaith y Miller (2005), señalan que los residentes que viven más cerca de la zona turística perciben los impactos del turismo de manera más positiva.

Ante la controversia con respecto a esta variable, Rasoolimanesh et al. (2015) señalan que las percepciones positivas hacia el desarrollo del turismo son mayores entre los residentes de localidades rurales frente a aquellos que viven en entornos urbanos.

Tal y como señalan Vargas-Sánchez et al. (2011), es posible que el ciclo de evolución del destino turístico, los residentes que tienen su residencia más cercana a los principales centros turísticos, en una primera etapa, se sientan cada vez más afectados por el incremento en el número de turistas, pero de igual modo, estos podrían ser más dependientes económicamente, teniendo unas actitudes positivas hacia el desarrollo del sector.

Por lo que respecta al estudio de los residentes en Gran Canaria, la distancia entre el hogar del residente y el área turística en la mayoría de los impactos, no tienen relación significativa. Esto se asemeja a lo encontrado por Weaver y Lawton (2001), donde esta variable no arrojó resultados significativos.

Se deben tener en cuenta que, las actividades de turismo activo se desarrollan en cualquier tipo de entorno, ya sean rural o urbano, por lo

que las percepciones de los residentes no variarían en exceso, incidiendo en mayor medida en entornos isleños como el que se trata en este estudio.

Ocupación

Con respecto a la ocupación de los residentes en Gran Canaria, se observa como existen diferencias estadísticamente significativas en las percepciones sobre los impactos políticos-administrativos y los impactos sociales. Este hecho es semejante al encontrado por Parra (2017) donde también se observó que existían diferencias estadísticamente significativas en las percepciones de los residentes de Valencia sobre el impacto de un evento deportivo, en este caso la Formula 1.

Por otro lado, González García et al. (2016) no encontró diferencias estadísticamente significativas según la ocupación de los residentes, en este caso en referencia al Mundial de Baloncesto celebrado en Gran Canaria en 2014.

De esta manera, se observa en este estudio como esta diferencia entre grupos se manifiesta entre el grupo de estudiantes frente al de empleados, concretamente en las dimensiones político-administrativas y sociales, obteniendo este grupo unas valoraciones inferiores a las del resto de grupos. Una posible explicación podría ser que el grupo de estudiantes tiene un menor contacto con el sector que los grupos de empleados u otro tipo de ocupación, ya que según indican investigaciones previas, aquellos residentes que tienen mayor contacto

con los turistas, mantienen actitudes más positivas con respecto al impacto del turismo (Andereck et al., 2005; Weaver & Lawton, 2001).

Nivel de educativo

Comúnmente, los estudios que analizan las percepciones de los residentes según su nivel educativo inciden en que aquellos con un mayor nivel educativo o cultural expresaron un mayor apoyo al turismo y una actitud más positiva hacia los turistas (Teye et al., 2002).

En el caso de los residentes en Gran Canaria, las diferencias significativas se presentan entre el grupo con estudios elementales y el grupo con estudios universitarios, especialmente en los que acontece al impacto económico asociado a la actividad, obteniendo estos últimos una mejor valoración del sector.

Este hecho indica Almeida-García et al. (2015) puede deberse a que los residentes con un menor nivel académico consideren que tienen menos posibilidades de conseguir un empleo directamente del turismo que aquellos con un mayor nivel de educación. Por su parte, aquellos residentes con un nivel de educación más bajo, suelen presentar un punto de vista más crítico (Kuvan & Akan, 2005).

En esta misma línea, Sinclair-Maragh (2017) señala que los residentes con una mayor titulación académica pueden percibir la industria del turismo como una posible solución a situaciones de desempleo o empleos alternativos a los tradicionales, como pudiera ser el caso del relacionado con la actividad de turismo activo-deportivo.

Por el contrario, otros estudios han encontrado que los residentes con estudios superiores eran menos optimistas con los impactos del turismo frente a aquellos con un nivel académico intermedio o bajo (Andriotis & Vaughan, 2003). En este sentido, Rasoolimanesh et al. (2015) encuentra controversia en su análisis en distintas localidades, por un lado, en aquellas áreas donde el turismo es una actividad bien arraigada, los residentes con niveles educativos más elevados tienen una mejor percepción y predisposición a apoyar el desarrollo del turismo en la comunidad. Y, por el contrario, en comunidades donde el turismo no se encuentra tan arraigado, los residentes con bajos niveles educativos pueden percibir el turismo como positivo, debido a las oportunidades de desarrollo local.

Nivel de Ingresos

Varios trabajos sugieren que el nivel de ingresos de los residentes no es estadísticamente significativo en relación a las percepciones y el apoyo hacia el desarrollo turismo en una comunidad (Hao et al., 2011; Parra, 2017). Por otro lado, en nuestro trabajo se ve ratificada esta afirmación, puesto que no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas entre grupos de residentes en función de sus ingresos económicos. Por otro lado, diferentes estudios afirman que aquellos residentes con un mayor nivel de ingresos, son más partidarios a apoyar el desarrollo de este tipo de industria en la localidad. (Ramsoolimanesh et al., 2015; Sinclair-Maragh, 2017).

Este hecho podría ser explicado debido a que posiblemente, estos residentes tengan la percepción en la que el desarrollo del sector

turístico aumente las oportunidades de ocio en la localidad, concretamente en el turismo activo-deportivo, los residentes en Gran Canaria con mayores rentas obtenían valoraciones medias más elevadas, pudiendo deberse a una percepción en la mejora de los ambientes e infraestructuras destinadas al ocio.

Orientación política

Por lo que respecta a la orientación política, se puede comprobar como existen diferencias estadísticamente significativas entre el grupo de residentes que manifiestan simpatizar con políticas de centro-derechas, apoyan en mayor medida el desarrollo de actividades turístico activo-deportivas en la comunidad, frente al grupo que manifiesta situarse con ideologías de izquierda, cuya valoración no es tan elevada.

Posiblemente, el grupo de ciudadanos catalogados de centro y derecha, perciban como oportunidades de negocio la mayor promoción del turismo activo-deportivo, mientras que el grupo de izquierdas, sin estar en contra del desarrollo de la actividad, tienen valoraciones más moderadas, posiblemente por una mayor sensibilidad ante situaciones de precarización laboral o disminución de servicios sociales.

9.3 Relación entre el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva y la percepción de los residentes sobre los impactos asociados a la actividad.

La relación entre las variables asociadas a las percepciones de los residentes en las comunidades donde se desarrollan actividades

turísticas y su relación directa sobre el apoyo al desarrollo de estas en comunidad han sido ampliamente estudiadas, afirmando la existencia de impactos tanto negativos como positivos (Brida et al., 2014; González-García et al., 2016; Gursoy & Rutherford, 2004; Kim et al., 2013, Parra et al., 2015; Zaidan, 2016).

Tal y como señala Müller (2012), existen diferentes grados de percepción entre los impactos, igualmente, los efectos que las percepciones de los residentes pudieran tener en el apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad variarían, siendo estos efectos más fuertes en los impactos positivos y más reducidos en los impactos negativos (González-García et al., 2016; Sinclair-Maragh & Gursoy, 2016).

En este trabajo, se destacan los impactos políticos-administrativos como el factor que mayor fuerza ejerce en el apoyo de los residentes hacia el desarrollo del turismo activo-deportivo. Algunos estudios sugieren que este factor es determinante (Nunkoo & Gursoy, 2016; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Nunkoo & Smith, 2013). Se considera que el gobierno es el principal responsable en la toma de decisiones durante los procesos de organización y gestión de la actividad (Bramwell, 2011), de la misma manera que controla las acciones que se desarrollan en el sector por parte de los organismos, ya sean públicos o privados (Gursoy, Yolal, Ribeiro & Panosso-Netto, 2017).

Señalan Gursoy et al. (2017), que, dado que los pasos para la licitación y la planificación tienen un mínimo componente de participación ciudadana, el nivel de confianza y percepción que los residentes puedan tener hacia los responsables en la organización y gestión del sector,

juega un papel significativo. De esta manera, estudios como el elaborado por Woosnam y Aleshinloye (2015), señalan que las organizaciones encargadas de la gestión y desarrollo de la actividad turística necesitan aprovechar esta relación entre residentes e instituciones, diseñando programas donde los locales puedan sentirse integrados en actividades de ocio junto con los turistas.

Seguido de los impactos políticos-administrativos, los residentes en Gran Canaria perciben los impactos culturales y los impactos económicos como influyentes en la decisión de apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad. Algunos trabajos han incidido en que las percepciones de los residentes tienden a ser positivas con respecto a los impactos económicos asociados al sector (Andereck et al., 2005), mientras que aspectos socioculturales y medioambientales poseen unas percepciones con tendencia negativa (Diedrich & García-Buades, 2009).

Por lo que respecta a Gran Canaria, tal y como se describen en el apartado correspondiente a la descripción del cuestionario, los residentes diferencian los impactos sociales de los impactos culturales, de manera semejante a otras investigaciones (Garau et al., 2016; Kim et al., 2013). Ciertamente, se puede observar como los impactos culturales obtienen una tendencia positiva mientras que en los impactos sociales su tendencia es negativa. En este sentido, en ocasiones donde la comunidad tenga la actividad turística plenamente integrada, puede obviar algunos de los impactos negativos asociados a la misma (Andriotis, 2005). En el caso concreto de Gran Canaria, los impactos

sociales no presentan significación con el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad, por lo que pudiera ser una posible explicación su disociación con respecto a los impactos culturales, así como la indiferencia que presentan los residentes frente a los impactos sociales asociados a la actividad turístico-deportiva.

Por lo que respecta a los impactos medioambientales asociados a la actividad turístico-deportiva, los residentes de Gran Canaria perciben significativamente su relación con el apoyo al desarrollo de la actividad en la isla. Según un estudio de Bujosa-Bestard y Roselló-Nadal (2007), los residentes en las Islas Baleares resaltan los impactos medioambientales como un denominador común entre la comunidad. Asimismo, los autores argumentan que, según la zona de residencia, los ciudadanos podrían variar este tipo de percepciones, siendo los residentes en zonas rurales más perceptivos sobre los impactos medioambientales que aquellos que residen en zonas urbanas o eminentemente turísticas, cuya percepción se inclinará hacia otro tipo de impactos, como pudieran ser los impactos económicos asociados a la actividad. Asimismo, señalan estos mismos autores que, dependiendo del tipo de turismo analizado, pueden surgir diferentes efectos sobre el medioambiente y por lo que compete, a las percepciones de los residentes sobre este factor.

En general, la mayoría de las investigaciones no han llegado a un consenso en cuanto a que factores afectan a las percepciones de los residentes, y que variables son las que determinan estas percepciones en la comunidad (Almeida-García et al., 2015). Este hecho puede

atribuirse a las características propias de cada población, teniendo cada una de ellas sus particularidades, por lo que las percepciones de los residentes variarían (Fredline, 2005; Tosun, 2002). Si bien, los resultados pueden tener características comunes con otros lugares, estos siguen siendo particulares (Ryan, Chaozhi, & Zeng, 2011).

Modelos lineales

El modelo de ecuaciones estructurales (SEM) está diseñado para evaluar hasta qué punto un modelo conceptual propuesto que contiene indicadores previamente observados y construcciones hipotéticas, explica o se ajusta a los datos recolectados (Bollen, 1989; Hoyle, 1995). Expresa la relación lineal entre las variables que pueden ser exógenos (independientes) o endógenos (dependientes). El SEM combina el análisis factorial confirmatorio (CFA) y el análisis de trayecto (*path analysis*) y se denomina análisis híbrido de trayecto (Kline, 2005). El análisis de la trayectoria, al igual que la regresión múltiple, se basa en el análisis de correlaciones (Diekhoff, 1992) y determina hasta qué punto las correlaciones entre las variables dependientes e independientes son coherentes con las predicciones del modelo de trayectoria del investigador (Davis, 1985). En CFA, el investigador tiene una hipótesis a priori sobre las variables en el modelo y los factores que componen el modelo (Musil, Jones & Warner, 1998).

Ventajas de SEM sobre el análisis de regresión

Los investigadores del turismo a menudo están interesados en variables que no son fácilmente observadas y medidas en la realidad. En

consecuencia, los investigadores se basan en indicadores para medir las variables de interés para ellos. Sin embargo, los indicadores utilizados en la investigación turística son sólo una aproximación a la realidad. No sólo reflejan la variable latente que pretenden medir, sino que también contienen errores de medición. Se conoce como una variable latente aquella variable que se mide utilizando dos indicadores o más indicadores. Es por ello, todos los indicadores en el modelo contienen un elemento de error, por lo que la medición de esta amenaza la validez de los hallazgos de la investigación, particularmente cuando los conceptos utilizados por el investigador son abstractos para medir (Nunkoo & Ramkinssoon, 2012) (ej. Impactos asociados al turismo activo-deportivo). Los errores de medición atenúan artificialmente la estimación de la relación entre la variable independiente y la variable dependiente, y afectan a todo el modelo.

Una de las principales fortalezas de la SEM sobre la regresión múltiple es que la primera toma en cuenta los errores de medición (Mackenzie, 2001; Musil et al., 1998) que son omitidas en el análisis de regresión múltiple. SEM es capaz de tratar tanto las variables dependientes como las independientes como variables aleatorias con error de medida (Golob, 2003) y mantiene esto al evaluar el modelo y la relación hipotética. La regresión múltiple no es robusta al error de medición y usualmente asume la medición perfecta de las variables, cuando de hecho rara vez se logra una confiabilidad perfecta en la investigación en ciencias sociales (Musil et al., 1998).

Aplicar regresiones múltiples en situaciones donde los análisis

contienen errores en su medición indica que los errores son ignorados, lo que puede conducir a resultados sesgados o inexactitud estadística (Nunkoo & Ramkinssoon, 2012). Por su parte Mackenzie (2001), argumenta que el error de medición en incluso una sola variable independiente puede aumentar o disminuir todos los demás coeficientes de regresión en una ecuación de regresión múltiple. Asimismo, indica el autor que los errores de medición en la variable dependiente o independiente reducen artificialmente la proporción de varianza en la variable dependiente contabilizada por la variable independiente.

SEM permite a los investigadores establecer la fiabilidad de cada variable latente en un modelo estructural. Cuando la variable predictiva no influye en la variable de resultado, SEM permite a los investigadores determinar si esto se debe a la falta de correlación entre las construcciones o a la escasa fiabilidad de los indicadores. Esto se debe a que SEM permite a los investigadores evaluar el grado de imperfección en los factores, mientras que la regresión múltiple no permite tal estimación (Turner & Witt, 2001).

Por otro lado, SEM tiene la capacidad de probar un modelo estructural completo en comparación con la regresión múltiple, donde los investigadores se limitan a probar modelos que contienen una sola variable dependiente, aunque se pueden usar varias ecuaciones de regresión múltiple para modelar más de una variable dependiente.

En la investigación turística, una variable dependiente en una ecuación de regresión puede ser una variable independiente en otras relaciones de dependencia (Nunkoo & Ramkinssoon, 2012) El modelo de interés

para un estudio del turismo a menudo consiste en varias ecuaciones que describen las interrelaciones entre varias variables endógenas y exógenas. La técnica de regresión múltiple no puede tener en cuenta los efectos de interacción entre las variables postuladas dependientes e independientes (Cheng, 2001). Por el contrario, SEM es conocido por su capacidad de probar todas las relaciones hipotéticas en un modelo estructural simultáneamente. Por lo tanto, SEM ha demostrado ser muy útil en el avance de la investigación en el área de las ciencias sociales.

Por ejemplo, en el contexto del pronóstico de la demanda turística, Cooper y Wahab (2001) sostienen que ha sido difícil para los investigadores incorporar varios determinantes de la demanda turística en una sola ecuación, lo que ha dado lugar al aislamiento de muchas variables influyentes que deberían haber sido probadas simultáneamente para proporcionar un análisis exhaustivo de la demanda turística. SEM permite la modelización de variables relacionadas con el entorno de demanda y oferta en un único modelo.

El análisis SEM es un método robusto para estimar modelos que integran micro y macro-perspectivas en la investigación turística y ha sido utilizado con éxito a este respecto en estudios previos (Gursoy & Rutherford, 2004, Gursoy et al., 2010; Ko & Stewart, 2002; Meimand et al., 2017 ; Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar & Ramayah, 2017).

Modelo de ajuste y desarrollo de la teoría.

En su estudio, Yoon et al. (2001) probaron una teoría sobre desarrollo turístico, en la que el apoyo al turismo se proponía como la variable

dependiente en el modelo y los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales del turismo eran las variables independientes. El impacto total fue la construcción mediadora entre las cuatro variables de impacto y el apoyo. Los resultados del modelo estructural indicaron que el modelo teórico propuesto estaba subidentificado, por lo que existían más incógnitas que elementos distintivos de información y por lo tanto, podía mejorarse. En el modelo expuesto por los autores, el análisis SEM reveló una nueva relación directa entre el impacto medioambiental y el apoyo. Esta trayectoria adicional mejoró el ajuste del modelo.

Estas relaciones pueden no haber sido propuestas originalmente por el investigador, pero pueden emerger a través del proceso de modelización como "nuevos caminos" que también son teóricamente justificados por el SEM.

De manera similar, en el modelo extraído de este estudio, se puede observar como la inclusión de la variable político-administrativa mejora el modelo previamente establecido por la teoría, además y de manera similar al trabajo de Yoon et al. (2001), los impactos socioculturales quedan fragmentados en variables de impactos sociales e impactos culturales. De esta manera, los resultados obtenidos muestran que cuatro de las cinco dimensiones (impactos político-administrativos, impactos culturales, impactos económicos e impactos medioambientales) son predictoras de la variable dependiente.

Complejidad y ambigüedad

El uso del SEM es relativamente más complejo en comparación con el análisis de regresión múltiple. El análisis SEM puede llevarse a cabo utilizando diferentes enfoques de procedimiento, por lo que resulta bastante común que los investigadores a menudo no están seguros de que paquete estadístico usar (Cheng, 2001). Asimismo, otra área sensible para los investigadores es la interpretación de los índices de ajuste para determinar si el modelo se ajusta a los datos. Existen algunas diferencias técnicas entre los paquetes, lo que producen diferentes tipos de índices de ajuste.

En nuestro estudio, se observa como existe diferencias entre los índices beta según el paquete estadístico utilizado (tabla 64), aunque estas diferencias, en algunas de las variables resulten apenas apreciables. Por otra parte, en todos los análisis realizados, la variable impacto social no resultó significativa en cuanto al apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad.

Otro punto generador de conflicto es el desacuerdo sobre qué índices de ajuste deben utilizarse, así como sobre qué constituye un ajuste aceptable (Weston & Gore, 2006).

En vista de estas complejidades y ambigüedades, los investigadores noveles en estadística avanzada tienen dificultades para comprender las diferencias y matices entre los diversos índices de ajuste y utilizar SEM apropiadamente (Crowley & Fan, 1997).

Por el contrario, los pasos para realizar un análisis de regresión múltiple

son sencillos y las medidas de ajuste del modelo están bien establecidas, haciéndolo más atractivo y fácil de usar para los investigadores en comparación con los de SEM.

En este trabajo, se han utilizado los índices tolerancia y el factor de inflación de la varianza en el análisis de regresión múltiple. Por su parte para el análisis con EQS, se han utilizado como índices de ajuste el Error de Aproximación Cuadrático Medio (RMSEA) con su respectivo intervalo de confianza (IC), el Índice de Ajuste Comparado (CFI), el Índice de Ajuste No Normado (NNFI) y el Índice de Ajuste Incremental (IFI). Asimismo, en el análisis de PLS, se usó el índice SRMR (raíz cuadrada media estandarizada residual) así como medida de evaluación del modelo estructural.

Los resultados del estudio sugieren que el análisis SEM debe ser impulsado por la teoría, de lo contrario los resultados tendrán poco significado científico (Nukoo & Ramkinssoon, 2012). La teoría sigue siendo un componente esencial del SEM y el uso efectivo de esta técnica en la investigación turística depende en gran medida del conocimiento teórico y de los fundamentos en los que se basa la investigación.

Aunque SEM tiene varias fortalezas sobre el análisis de regresión, no lo reemplaza y puede no ser la solución para todos los desafíos de modelado. Es importante que los investigadores del turismo comprendan las ventajas y limitaciones de ambas técnicas y observen que su correcta aplicación depende de la naturaleza de su estudio (Nunkoo & Ramkinsoon, 2012).

Limitaciones del análisis.

La dificultad para decidir qué programa de software SEM utilizar es un reto tanto para los investigadores experimentados como para los nuevos (Clayton & Pett, 2008). También existen diferencias considerables en la forma en que estos paquetes procesan los datos con respecto a la especificación, evaluación y error de especificación del modelo (Bryne, 2001). Las variables exógenas y endógenas deben ser claramente especificadas antes de que el programa permita dibujar las relaciones de ruta entre los constructos. Además, cada uno de los programas de software de SEM varía en la forma en que tratan los “datos perdidos” y en el número de métodos disponibles para que los usuarios traten los datos incompletos (Bryne, 2001).

En los estudios de turismo en los que la naturaleza de la investigación es exploratoria, la regresión múltiple es más apropiada porque SEM es una técnica confirmatoria y se pueden generar varios modelos estadísticamente válidos con los mismos datos. Nunkoo y Gursoy (2012) justifican el uso de la técnica de regresión múltiple en su estudio sobre las identidades de los residentes y el apoyo al turismo argumentando que las variables de identidad presentadas en el modelo son de naturaleza exploratoria ya que no habían sido probadas sistemáticamente en investigaciones anteriores. Asimismo, indican los autores que el análisis de regresión múltiple se considera útil para evaluar las variables exploratorias.

Modelos lineales, SEM y QCA

Los modelos resultantes del análisis QCA, permiten identificar combinaciones entre variables que produzcan un resultado estimado. Tal y como señalan Prado-Gascó y Calabuig-Moreno (2016), los modelos QCA no se centran en la individualidad de cada variable analizada en el modelo, por lo que los resultados del análisis de necesidad resultantes mediante este método, evidenciarían este hecho, sirviendo como una primera aproximación que permite determinar que variables son las más importantes para establecer el modelo global.

Una primera estrategia para determinar el modelo de relaciones causales global se basa en los modelos lineales, debido a que estos se centran en la contribución individual de cada variable mientras que en una segunda aproximación, el análisis comparativo cualitativo (QCA) permitiría un análisis más profundo, evidenciando las condiciones causales que contribuyen al resultado (Villanueva, Montoya-Castilla & Prado-Gascó, 2017).

El análisis QCA asume que la influencia de un variable particular en un resultado específico depende de una combinación de variables, más que de niveles individuales del atributo (Calabuig et al., 2016; Eng & Woodside, 2012; González-Serrano, Calabuig-Moreno & Crespo-Hervás, 2018). Por este motivo, resulta interesante evaluar los resultados de QCA para el modelo de apoyo al turismo, concretamente al apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo, y revelar las interacciones entre las variables implicadas. Asimismo, las características de cada variable (presencia, ausencia, positiva o

negativa) depende de los atributos y condiciones de otro tipo de antecedentes (Olya & Gavilyan, 2017; Woodside 2014).

Tal y como señalan Olya y Gavilyan (2017), las teorías que explican el grado de apoyo por parte de los residentes hacia el desarrollo del turismo en la comunidad, como pudiera ser la teoría del intercambio social, es una teoría necesaria pero insuficiente para el modelo resultantes sobre el apoyo al turismo por parte de los residentes, debido a lo acontecido con respecto a los resultados de múltiples estudios previos y los problemas de heterogeneidad aparecidos.

Además, de manera similar a los modelos elaborados con SEM y a diferencia de las regresiones lineales, los modelos QCA poseen indicadores de adecuación o ajuste del modelo, como son la consistencia del modelo o la solución extraída.

Como señalan Prado-Gascó y Calabuig-Moreno (2016), los resultados extraídos de este análisis se deben considerar únicamente a modo exploratorio, necesitando análisis propios de los modelos lineales para llegar a conclusiones. Asimismo, señalan los autores que los modelos lineales y los modelos QCA responden a objetivos diferentes por lo que se debería abogar por la complementariedad de las técnicas, utilizando simultáneamente ambas técnicas de análisis.

El hecho de combinar ambas técnicas ofrece una comprensión más rica sobre el apoyo al desarrollo del turismo por parte de los residentes, considerando la importancia que este sector tiene en la economía de Gran Canaria.

Los resultados del análisis fsQCA revelaron que, en mayor medida, las condiciones de suficiencia para apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo por parte de los residentes son la presencia de impactos culturales y de impactos político- administrativos, que explican un 58% las intenciones de apoyar al desarrollo del turismo activo-deportivo.

Teniendo como referencia los resultados de los modelos lineales analizados se observa cómo, exceptuando el análisis con EQS, cuyo modelo explica un 62.40% de la varianza, tanto el análisis de regresión (47.50% de la varianza) y el análisis con PLS (49.70% de la varianza), el análisis con fsQCA resulta más explicativo que los modelos lineales.

Este resultado es similar al encontrado por Prado-Gascó y Calabuig-Moreno (2016) en su comparación de modelos lineales frente a QCA en la medición de la calidad de servicio en eventos deportivos, donde pretendían predecir las intenciones futuras de los espectadores.

9.4 El efecto mediador de las percepciones sobre calidad de vida, imagen y apego en la relación entre apoyo y las percepciones sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo.

En este trabajo, también se han tenido en cuenta diversas variables con el objetivo de analizar el efecto que estas con respecto al apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Estas variables han sido la percepción sobre la imagen, el apego y la calidad de vida de los residentes. Este análisis de variables mediadoras, permite estimar no solo hasta qué punto la variable dependiente se debe al efecto directo

de una variable independiente, sino que también permite estimar que parte de la influencia de esta variable es indirecta o mediada a través de una segunda variable independiente.

Calidad de vida

Tal y como apunta Colmenares (2009), la calidad de vida de los residentes está estrechamente relacionada con las percepciones positivas y negativas de los impactos asociados al turismo. Asimismo, estos impactos afectan de manera directa a la calidad de vida de los residentes (Ko & Stewart, 2002). También, siguiendo la línea anterior, Twynam y Johnston (2004) señalan el aumento de la calidad de vida del residente como condicionante para la obtención de apoyo por parte de estos al desarrollo del turismo en la comunidad.

Estudios previos, han encontrado que las percepciones de los residentes sobre su satisfacción con la calidad de vida en la comunidad están directamente relacionadas con el apoyo a la actividad turística por parte de los residentes (Kaplanidou et al., 2013). Por su parte, Nunkoo y So (2016) no manifestaron que la relación entre la calidad de vida de los residentes y el apoyo hacia el desarrollo del turismo se llevara a cabo. Asimismo, se debe puntualizar que los impactos positivos asociados a la actividad turística influyeron significativamente con la calidad de vida mientras que los impactos negativos no lo hicieron (Kaplanidou et al., 2013; Kim et al., 2013; Nunkoo & So, 2016).

En nuestro estudio, se puede observar como el efecto mediador de calidad de vida de los residentes en la relación entre los impactos

asociados a la actividad turístico-activo-deportiva y el apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad es significativo en todas las variables, exceptuando en los impactos medioambientales. Cabe destacar que estos impactos están en sentido negativo, lo que estaría en concordancia con los trabajos de Nunkoo y So (2016), quienes observaron que aquellas variables referentes a los impactos negativos de la actividad turística no intervenían significativamente en el modelo. Este hecho puede deberse a que, incluso si un individuo siente que la actividad turística influye considerablemente en su comunidad, si este no siente que esta actividad es personalmente importante, es poco probable que el individuo atribuya el efecto del impacto del turismo en la comunidad (Andereck & Nyaunpane, 2011).

En este sentido, el residente en Gran Canaria percibe que el impacto del turismo activo-deportivo es importante para su calidad de vida, pero a su vez, no percibe que los impactos medioambientales asociados a la actividad vayan a influir en su calidad de vida.

Por otro lado, los resultados con respecto al resto de escalas si resultan significativos en nuestro estudio, incluyendo la variable impacto social, que junto a la de impactos medioambientales, se desarrollaban en sentido negativo.

Imagen

De igual forma, la imagen de la localidad afecta directamente a la demanda turística. Además, puede ser motivo de orgullo de los residentes, por lo tanto, la percepción que estos tengan sobre su

localidad incidirá en sus valoraciones hacia los impactos y el apoyo hacia el ámbito turístico (Andereck et al., 2005). La literatura sobre la imagen del lugar sugiere que las percepciones de los residentes sobre una localidad turística pueden alterarse o evolucionar de acuerdo con sus condiciones macro-ambientales, de manera similar a las dimensiones de impacto del destino turístico (Govers, Go & Kumar, 2007).

Por lo tanto, Stylidis et al., (2014) señalan que, aparte de considerar las múltiples funciones económicas, socioculturales o medioambientales que una localidad turística cumple para los residentes locales, resultaría interesante comprender el grado en que la imagen del lugar afecta a los residentes. Asimismo, basándose en las variables analizadas, la imagen del lugar está sujeta a diversas interpretaciones (Stylidis, Shani & Belhassen, 2017).

Por lo tanto, es necesario identificar nuevas variables independientes que condicionan las actitudes de los ciudadanos hacia el turismo (Vargas-Sánchez et al., 2011). Tal y como señalan Kyle Graefe, Manning y Bacon. (2004), los residentes que tienen una imagen más favorable sobre su localidad, presentan niveles más altos de tolerancia a los impactos derivados del desarrollo de la actividad turística. De la misma manera, la imagen del lugar puede afectar significativamente la aceptación o el rechazo a nuevos proyectos de desarrollo turístico en una localidad (Bonaiuto, Carrus, Martorella & Bonnes., 2002; Stylidis, 2016).

En nuestro trabajo, la percepción sobre la imagen de los residentes de Gran Canaria indica que media significativamente en la relación entre todos los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la localidad. Se destaca que el efecto indirecto que ejerce la imagen sobre la relación entre el impacto medioambiental y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo no es significativo.

Tal y como señala Devine-Wright y Howes (2010), podrían surgir conflictos cuando las percepciones de los residentes de la localidad, aún más en áreas rurales, si interpretan que existe una transformación hacia un modelo industrializado del sector, no siendo el caso de los residentes en Gran Canaria, puesto que este efecto no resulta significativo.

De manera similar al trabajo elaborado por Styliadis (2016), se evidencia que existe una relación entre las dimensiones con respecto a la imagen que perciben los residentes de la localidad y estas, a su vez, con el apoyo de los residentes al desarrollo de la actividad turística. De esta manera, al igual que en el trabajo previamente mencionado, los residentes en Gran Canaria, perciben la isla como un lugar atractivo y con potencial para desarrollar el destino turístico, lo que sugiere que las percepciones de los residentes sobre la imagen es una variable compatible con el desarrollo del turismo en la localidad (Stydilis, 2015). Cuando la imagen de la localidad y el desarrollo del turismo es compatible, esta localidad resalta sus características distintivas (Devine-Wright & Howes, 2010). Por lo tanto, además del efecto que la actividad turística tiene en las variables asociadas a los impactos percibidos por los

residentes, estas a su vez pueden afectar las oportunidades y los patrones de desarrollo del sector (Dredge, 2001).

Apego

El apego a la comunidad por parte de los residentes identifica el afecto que estos tienen hacia la propia localidad. Este nexo se equiparará a conceptos como el de identidad comunitaria, dependencia de la comunidad, vinculación social o respuestas afectivas o de sentimiento hacia la localidad (Kyle et al., 2004).

Otros autores como Nicholas, Thapa & Ko (2009) señalan que el apego de la comunidad afecta de forma directa y de forma significativa al apoyo hacia el desarrollo del turismo. Por otro lado, otros autores no han encontrado un enlace significativo entre estas variables (Choi & Murray, 2010).

Tal y como señalan Besculides, Lee y McCormick (2002), los residentes que tienen fuertes lazos de unión a la comunidad se preocupan más por los efectos que la actividad turística pueda tener en su comunidad. De la misma manera, autores como Wang y Chen (2015), previamente habían sugerido que tanto los impactos positivos como los negativos asociados a la actividad turística, están relacionados con un mayor o menor apego de los residentes a la localidad.

En nuestra investigación, el apego de los residentes resultó una variable significativa en la relación entre los impactos asociados a las percepciones de los residentes y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad. Esta relación se produce, tanto en aquellas variables

descritas en sentido positivo como en sentido negativo, por lo que se puede afirmar que el apego posee un efecto mediador en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo.

Estudios como los de Deccio y Baloglu (2002) señalan que los residentes altamente apegados a la comunidad muestran más apoyo que aquellos que no están tan apegados. Por otro lado, otros trabajos no establecieron una relación entre el apego de la comunidad y la percepción de los impactos asociados al turismo (Gursoy et al., 2002).

A pesar de ello, los resultados de nuestro trabajo sí reflejan la relación existente entre el apego de los residentes y el apoyo. En esta línea Rasoolimanesh et al. (2015) señalan que los resultados de su estudio indican que los efectos del apego de la comunidad sobre las percepciones, tanto positivas como negativas, son significativas. A su vez, estudios como los de Latkova y Vogt (2012) ratifican esta afirmación.

Una posible explicación de los resultados obtenidos en nuestro estudio es que, tradicionalmente, en la Comunidad Canaria se ha tenido un fuerte sentimiento de pertenencia, principalmente debido a su condición de insularidad. En este sentido, resulta lógico pensar que el apego que los residentes de Gran Canaria pudieran tener a la isla influya en las percepciones que tienen estos sobre determinados aspectos, sobre todo en sectores como el turístico, con la influencia potencial que tiene en la región.

Las variantes en cuanto a los resultados de los diferentes estudios pueden deberse al tipo de actividad analizada en cada uno de ellos. Por un lado, Kaplanidou et al. (2013) centró su análisis en los mega eventos deportivos, cuyas características sí que interfieren directamente en la calidad de vida de los residentes, sobre todo durante el tiempo de realización del mismo. Por otro lado, Nunkoo y So (2016) en su análisis, señalan que la calidad de vida únicamente pone énfasis en las consecuencias positivas asociadas a la actividad turística, puesto que esta es vista como una industria que mejora significativamente la calidad de vida de las comunidades (Kim et al., 2013).

Asimismo, estudios como el de Ma y Kaplanidou (2017) probaron el efecto mediador de la calidad de vida y apuntaron que la calidad de vida si influye significativamente en el apoyo al evento. De esta manera, Andereck y Nyaunpane (2011) señala que el efecto mediador de la calidad de vida por parte de los residentes de una comunidad se percibía especialmente desde una perspectiva económica.

Por lo tanto, los resultados de los distintos estudios confirman que la calidad de vida ejerce un efecto mediador entre la percepción de los residentes sobre los impactos asociados a turismo, y su disposición a apoyar el desarrollo del mismo, siempre que perciban que los beneficios asociados superen a los costes (Chen & Chen, 2010). De todas formas, se debe tener en cuenta el contexto donde se realiza el estudio, puesto que, tal y como se ha argumentado, estos resultados podrían variar.

9.5 Resumen de resultados, objetivos e hipótesis

Tabla 72. Resumen de resultados y relación con los objetivo e hipótesis de investigación.

Objetivos	Hipótesis	Resultados
G1. Conocer las percepciones de los residentes de Gran Canaria sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo	H1. Los residentes de Gran Canaria tienen una percepción positiva sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo.	En general, los residentes de Gran Canaria tienen una percepción positiva de los impactos asociados al turismo activo-deportivo, con una tendencia a enfatizar sobre los beneficios y minimizar los costes asociados a la actividad.
G2. Valorar el grado de apoyo al desarrollo de este en la comunidad por parte de los residentes.	H2. Los residentes de Gran Canaria valoran positivamente apoyar el desarrollo en la comunidad de las actividades turístico activo-deportivas.	Los residentes en Gran Canaria apoyan y valoran muy positivamente el desarrollo de las actividades turístico activo-deportivas en la comunidad.
E1. Desarrollar y validar una escala que permita conocer las percepciones asociadas al turismo activo-deportivo de los residentes de Gran Canaria.	H3. La escala planteada para el análisis de la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo es un instrumento válido y fiables para la localidad.	Todas las escalas desarrolladas para la realización del estudio han tenido unos índices de validez y fiabilidad aceptables.

9. Discusión

Tabla 72. (Continuación).

<p>E2. Conocer las preferencias hacia las actividades activo-deportivas que se desarrollan dentro del sector.</p>	<p>H4. Los residentes de Gran Canaria valoran más significativamente el desarrollo de unas actividades turístico activo-deportivas frente a otras actividades también desarrolladas en el sector.</p>	<p>Los residentes en Gran Canaria valoran en mejor medida el desarrollo de turismo activo-deportivo en actividades relacionadas con la naturaleza, así como al desarrollo de eventos/programas /servicios relacionados con la actividad turístico activo-deportiva, por otro lado, valoran en menor medida el desarrollo del turismo relacionado con el golf.</p>
<p>E3 Averiguar que variables de impactos asociados a la actividad turístico-deportiva inciden en las percepciones de los residentes.</p>	<p>H5 Los impactos asociados a las percepciones sobre las actividades turístico activo-deportiva pueden clasificarse en impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales y políticos-administrativos.</p>	<p>Las percepciones asociadas a los impactos de la actividad turístico activo-deportiva en Gran Canaria se dividen en impactos económicos, culturales, políticos-administrativos, sociales y medioambientales.</p>
<p>E4. Profundizar en el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo atendiendo a distintas variables sociodemográficas.</p>	<p>H6. Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variaran a razón de diferentes aspectos sociodemográficos.</p>	<p>H_{6a}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la edad de los residentes.</p> <p>Únicamente existen diferencias estadísticamente significativas según los impactos políticos administrativos asociados a la actividad turístico activo-deportiva, entre el grupo con edades comprendidas entre los 18 y 25 años frente al resto. No existen tales diferencias en el resto de variables.</p>

Tabla 72. (Continuación).

H _{6b} : Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el sexo de los residentes.	Únicamente existen diferencias estadísticamente significativas según los impactos culturales asociados a la actividad turístico activo-deportiva, obteniendo el grupo de mujeres una valoración media más elevada. No existen tales diferencias en el resto de variables.
H _{6c} : Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la práctica deportiva de los residentes.	Existen diferencias significativas en las escalas de impactos económicos, culturales y apoyo al desarrollo de la actividad en la localidad, siendo las valoraciones más elevadas en aquellos residentes que realizan algún tipo de práctica deportiva.
H _{6d} : Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el municipio de los residentes.	No existen diferencias estadísticamente significativas según el municipio de residencia.
H _{6e} : Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la ocupación de los residentes.	Existen diferencias estadísticamente significativas en las variables de impactos políticos administrativos, impactos sociales y apoyo al desarrollo del turismo entre el grupo de estudiantes y el resto de ocupaciones.

9. Discusión

Tabla 72. (Continuación).

E5. Analizar la disposición de apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo la isla y la percepción de los residentes utilizando diferentes metodologías.	H7. El apoyo hacia el turismo deportivo variará según las percepciones económicas, culturales, sociales, ambientales y político-administrativas de los residentes.	<p>H6e: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según el nivel de estudios de los residentes</p> <p>H_{6h}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según los ingresos anuales de los residentes.</p> <p>H_{6i}: Las percepciones de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo variara según la orientación ideológica o política de los residentes.</p> <p>H_{7a}: Existe una relación positiva entre la percepción de los impactos económicos asociados al turismo deportivo y el apoyo hacia este.</p>	<p>Únicamente existen diferencias significativas entre el grupo con estudios universitarios frente al resto de grupos en la variable de impactos sociales.</p> <p>Únicamente existen diferencias estadísticamente significativas en los impactos económicos entre el grupo que declara ingresos menos de 12.00€ frente al grupo que declara ingresar más de 18.001€.</p> <p>Existen diferencias estadísticamente significativas entre grupos en los impactos sociales, impactos medioambientales y apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad</p> <p>La relación entre los impactos económicos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo tiene una relación significativamente positiva</p>
--	--	--	---

Tabla 72. (Continuación).

<p>E6 Considerar la relación que existe entre los impactos percibidos y el efecto mediador que ejercen variables como las percepciones sobre la imagen, el apego o la calidad de vida de los residentes.</p>	<p>H 8. Existe un efecto mediador de percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turística activo-deportiva en la comunidad.</p>	<p>H_{7b}: Existe una relación positiva entre la percepción de los impactos culturales asociados al turismo deportivo y el apoyo hacia este.</p> <p>H_{7c}: Existe una relación positiva entre la percepción de los impactos sociales asociados al turismo deportivo y el apoyo hacia este.</p> <p>H_{7d}: Existe una relación negativa entre la percepción de los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo y el apoyo hacia este.</p> <p>H_{7e}: Existe una relación positiva entre la percepción de los impactos políticos-administrativos asociados al turismo deportivo y el apoyo hacia este.</p> <p>H_{8a}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos económicos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La relación entre los impactos culturales y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo tiene una relación significativamente positiva</p> <p>La relación entre los impactos sociales y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo tiene una relación negativa y no significativa.</p> <p>La relación entre los impactos medioambientales y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo tiene una relación significativamente negativa.</p> <p>La relación entre los impactos políticos-administrativos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo tiene una relación significativamente positiva</p> <p>La variable calidad de vida tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos económicos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>
--	--	---	--

9. Discusión

Tabla 72. (Continuación)

<p>H_{8b}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos sociales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable calidad de vida tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos sociales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>
<p>H_{8c}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos culturales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable calidad de vida tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos culturales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>
<p>H_{8d}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable calidad de vida no tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos medioambientales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>

Tabla 72. (Continuación)

	<p>H_{8c}: Existe un efecto mediador de la variable percepciones sobre la calidad de vida de los residentes en la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos políticos-administrativos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable calidad de vida tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos políticos-administrativos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>
<p>H9. Existe un efecto mediador de la imagen de los residentes sobre la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad</p>	<p>H_{9a}: Existe un efecto mediador de la variable imagen de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos económicos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable imagen tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos económicos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>
	<p>H_{9b}: Existe un efecto mediador de la variable imagen de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos sociales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.</p>	<p>La variable imagen tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos sociales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad</p>

9. Discusión

Tabla 72. (Continuación).

H _{9c} : Existe un efecto mediador de la variable imagen de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos culturales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable imagen tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos culturales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad
H _{9d} : Existe un efecto mediador de la variable imagen de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable imagen no tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos medioambientales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad
H _{9e} : Existe un efecto mediador de la variable imagen de la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos políticos-administrativos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable imagen tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos políticos administrativos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad

Tabla 72. (Continuación).

H 10. Existe un efecto mediador del apego de los residentes a la comunidad y la relación entre los impactos percibidos con el apoyo al desarrollo de la actividad turístico activo-deportiva en la comunidad.	H _{10a} : Existe un efecto mediador de la variable apego a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos económicos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable apego tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos económicos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad
	H _{10b} : Existe un efecto mediador de la variable apego a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos sociales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable apego tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos sociales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad
	H _{10c} : Existe un efecto mediador de la variable apego a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos culturales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable apego tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos culturales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad

9. Discusión

Tabla 72. (Continuación).

H _{10d} : Existe un efecto mediador de la variable apego a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos medioambientales asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable apego tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos medioambientales y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad
H _{10e} : Existe un efecto mediador de la variable apego a la comunidad en la relación entre las percepciones de los residentes sobre los impactos políticos-administrativos asociados al turismo deportivo y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad.	La variable apego tiene un efecto mediador significativo en la relación entre las variables impactos políticos administrativos y apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad

9.6 Limitaciones y futuras líneas de investigación.

En el siguiente apartado, se destacan las limitaciones y futuras propuestas de investigación que permitirán profundizar en el análisis de los impactos asociados al turismo activo-deportivo. En primer lugar, se debe destacar que para el desarrollo del estudio se ha utilizado un tipo de muestreo de aleatorio estratificado en función de sexo, lo que posibilita que algunos de los grupos de población hayan quedado excluidos o escasamente representados en el global de la muestra (Lorde et al., 2011). Durante la recopilación de muestra, se intentó minimizar este efecto, atendiendo especialmente a las variables sociodemográficas, incluida la variable municipio de residencia, con el objetivo de que la muestra fuera distribuida por todos los grandes núcleos municipales de la isla.

En este sentido, las limitaciones económicas y temporales para desarrollar el trabajo dificultaron significativamente el muestreo, así que sería conveniente en futuras investigaciones optar por otro tipo de técnica de recogida de muestra. En nuestro trabajo se optó por cumplimentar el cuestionario mediante una variante online, con el objetivo de solventar esta limitación, y cuyo resultado no fue del todo óptimo, puesto que las encuestas recopiladas mediante este método no supusieron una quinta parte del total de encuestas recopiladas. Sería conveniente encontrar otra manera de recogida de muestra, sobre todo con el auge de las nuevas tecnologías, aprovechando el tirón de las redes sociales, lo que permitiría facilitar esta recogida e incluso

incrementar el tamaño de la muestra. Asimismo, se podría incluir incentivos de carácter económico o en especie.

Otra limitación a destacar es el escaso interés de la población a la cumplimentación del cuestionario, a pesar que se pretendía elaborar un instrumento lo más simplificado posible, los encuestados declaraban que era demasiado extenso. Asimismo, la simplificación del cuestionario no permitió desarrollar en mayor medida el trabajo, con la inclusión de otro tipo de variables que pudieran enriquecer la investigación.

Para solventar esta limitación, sería interesante que en futuras investigaciones se propusieran combinar la utilización de instrumentos de carácter cuantitativo con otros de carácter cualitativo, con el objetivo de profundizar y dilucidar las percepciones de los residentes desde diferentes puntos de vista, y no únicamente desde la interpretación de estos a través de una puntuación concedida sobre un enunciado cerrado. En este sentido, autoras como Fredline et al. (2003) destacan que los indicadores que verifican la cuantificación de las variables, difícilmente son proporcionadas por las encuestas sobre las percepciones de los residentes de los residentes de una comunidad, puesto que, tal y como señalan Northcote y Macbeth (2005), este tipo de instrumentos no es capaz de indicar impresiones subjetivas de los residentes, relacionadas al efecto que pudieran causar otro tipo de agentes como medios de comunicación, o mitos desarrollados en la propia comunidad.

Al desarrollar el estudio piloto previo, se obtuvo un cuestionario multidimensional válido y fiable que permite conocer las percepciones

de los residentes sobre los impactos asociados al turismo activo-deportivo, a pesar de ello, se debe tener en cuenta algunas consideraciones. En primer lugar, se debería considerar separar los impactos positivos y negativos asociados a los residentes. En este trabajo, se puede observar como existe una orientación negativa en algunas de las variables observadas (impactos sociales e impactos medioambientales). Mientras que el resto de variables se atribuyen a impactos positivos. Este hecho podría deberse a la especificidad del estudio elaborado, puesto que se ha elaborado el cuestionario con el objetivo de medir las percepciones asociadas a los impactos turísticos activo-deportivos.

En futuros estudios, se debería ahondar en incluir variables que consideren una mayor cantidad de impactos que permitan diferenciar en mayor medida aspectos sociales positivos o aspectos culturales o económicos negativos. También, podría ser interesante agrupar estas dimensiones en impactos positivos o negativos generales, tal y como se desarrollan en algunos estudios referentes a los impactos del turismo. Así, se podría comprobar como agrupan otro tipo de indicadores de segundo orden dentro del modelo de ecuaciones estructurales que permitan explicar la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo activo-deportivo, contribuyendo a ampliar la información y comprobando que otros factores realizan una mayor contribución a explicar los impactos asociados a la actividad turística en cuestión.

También, sería interesante examinar la independencia entre impactos sociales y culturales. Existen múltiples estudios que unifican estos

impactos en uno, denominándolos impactos socioculturales (Ko y Stewart, 2002; Almeida-García et al., 2015), lo que acercaría a la teoría del intercambio social como explicación de las percepciones de los impactos asociados al turismo de los residentes.

Atendiendo a los modelos de ecuaciones estructurales, se podría investigar cómo afectan variables como la participación de la comunidad en el apoyo de los residentes al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad. Asimismo, comprobar el efecto mediador de otro tipo de variables que puedan influir en la percepción de los impactos y la predisposición de apoyar el desarrollo de la actividad en la localidad.

Se debe tener en cuenta que, tal y como indican diferentes autores (Fredline, 2003), las percepciones de los residentes pueden variar constantemente en función del momento en las que son consultadas por diversos motivos como el contexto socioeconómico. Por lo que sería interesante realizar este tipo de estudios de manera periódica, para analizar su evolución y registrar de manera eficaz las variaciones en las percepciones de los residentes. Esto se viene realizando en estudios asociados a eventos deportivos, que analizan de manera longitudinal las percepciones de los residentes antes, durante y después de la celebración del evento.

El estudio que se ha elaborado, se aleja de los impactos asociados en los eventos deportivos enfocándolo hacia una actividad imperecedera en la comunidad, como la actividad turística. Por ese motivo, sería interesante comprobar antecedentes y consecuencias destacadas de la

toma de decisiones relacionadas con el sector turístico activo-deportivo por parte de los agentes encargados en su organización y gestión. Por último, se debe tener en cuenta que los resultados obtenidos en este estudio no son generalizables. Por lo que es importante que se desarrollen en otro tipo de comunidades y contextos tanto nacionales como internacionales.

Por otra parte, sería interesante realizar esta misma consulta en el resto de islas que componen el archipiélago canario, con el objetivo de unificar criterios a la hora de planificar el desarrollo de la actividad. Este hecho sería interesante puesto que cada una de las islas posee sus particularidades socioeconómicas, e incluso geográficas, lo que dificulta una puesta en común, sobre todo en materia de regulación de la actividad turístico activo-deportiva. Asimismo, también sería interesante extrapolar este tipo de estudios a otras localidades alrededor del mundo, e incluso centrando las percepciones de los impactos en actividades de turismo activo o deportivo concretas, comprobando si las percepciones se ven modificadas según la modalidad deportiva o la actividad desarrollada en la localidad en cuestión.

De la misma manera, sería interesante conocer las percepciones asociadas a los impactos del turismo activo-deportivo desde el punto de vista de otro tipo de stakeholders, como podrían ser las instalaciones de restauración, hoteles o políticos responsables del sector.

9.7 Aportación teórica en el ámbito de estudio.

El desarrollo de este estudio viene a cumplimentar los hallazgos acontecidos en el ámbito de la gestión deportiva, más concretamente en el análisis del impacto social. Tal y como se apunta en la bibliografía (Fredline, 2003), la dificultad de llegar a consenso en el análisis de las percepciones sobre los impactos sociales en la comunidad resulta complejo, puesto que estos pueden variar con el paso del tiempo e incluso, en el periodo donde se realice el estudio.

Es por ello fundamental realizar este tipo de estudios periódicamente, lo que sirve como hoja de ruta para los organismos encargados en la planificación y gestión de este tipo de actividades. El análisis del impacto social frecuentemente se ha centrado en estudiar diferentes acontecimientos puntuales y su influencia en la comunidad y en ocasiones, como este afecta de manera longitudinal en determinada población. Con nuestro trabajo, el análisis se realiza desde una perspectiva general, observando las percepciones de los residentes sobre el impacto la actividad turístico-activo deportiva. Con ello, se puede comparar si los impactos del sector son perecederos en la comunidad o por consiguiente, se vislumbran en mayor proporción con la celebración de los eventos deportivos.

Destaca la escasa presencia de este tipo de estudios en las revistas con mayor impacto científico, por lo que, como campo de estudio se presume interesante, sobre todo a nivel nacional, donde son escasos los estudios referentes al análisis de este tipo de impactos.

Asimismo, los resultados del estudio enfatizan en la importancia que los impactos políticos-administrativos del sector tienen en la comunidad. Este tipo de impactos frecuentemente no son analizados durante este tipo de estudios, centrándose estos en mayor proporción en los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del sector.

De la misma manera, se presenta como los diferentes impactos extraídos del análisis de factores son congruentes, independientemente de la metodología de análisis que se realiza, atisbando como la combinación de impactos también pueden ser un valor explicativo hacia el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad.

Por otra parte, se distingue la importancia de otro tipo de variables como son la imagen, el apego o la calidad de vida y su relación con los impactos asociados al turismo, a menudo analizadas sin ser vinculadas en la relación de los impactos asociados a la actividad, con el apoyo al desarrollo de esta en la comunidad.

9.8 Aplicaciones prácticas en el ámbito de la gestión

A continuación, se expondrán algunas aplicaciones prácticas del trabajo elaborado en el ámbito de la gestión de la actividad. El presente estudio ofrece una disposición para la práctica, el desarrollo y la planificación del turismo. En primer lugar, contribuye a la planificación local, ayudando a los encargados en esta labor a centrarse en el desarrollo de la actividad, con el objetivo de conservar, mejorar y que esta sea compatible con la imagen de la localidad.

Los organismos encargados en la planificación y gestión deben considerar el posible efecto que estas políticas tienen en los residentes, ya que pueden surgir discrepancias con los intereses entre instituciones y ciudadanos. Por lo tanto, este tipo de estudio contribuye a una mejor comprensión del punto de vista que tiene el residente hacia el sector. Esta línea de investigación se ha convertido en los últimos años en un amplio campo de estudio, resaltando su eminente utilidad social, contribuyendo de manera útil al apoyo hacia que los responsables políticos o particulares sean capaces de desarrollar un modelo más sostenible para la comunidad como destino turístico.

Los programas de participación ciudadana en la planificación turística son escasos. En este sentido, los gobiernos tienen la necesidad de crear formas de involucrar a los residentes en las tomas de decisiones puestos que esta afecta directamente al desarrollo de la sociedad. Estos, deben darse cuenta que la plena participación de los residentes no interfiere en los procesos de planificación, sino que los mejora. Involucrar a los residentes en la concreción de la visión, las metas y las políticas comunitarias pueden aumentar la calidad de vida de estos. Para ello este proceso requiere de informar, educar y capacitar a los residentes, encargados de la planificación pública y empresas locales en aumentar la comprensión de los ciudadanos. Si los organismos encargados en la planificación y gestión no son capaces de involucrar a los residentes no se puede garantizar el éxito y la sostenibilidad del turismo.

Por otro lado, desde un punto de vista del marketing, involucrar a la comunidad local antes de emprender acciones turísticas, posibilita

conocer las preferencias y actitudes que estos tienen sobre diferentes tipos de turismo. Este hecho permite dilucidar la importancia que tienen la diversificación turística en una comunidad, alejándose del concepto clásico de turismo de sol y playa. De la misma manera, permite considerar el aprovechamiento de las diferentes infraestructuras que actualmente existen en la comunidad con capacidad para la acogida de la actividad turística.

En este sentido, la imagen que los residentes tienen de la localidad, unido a los impactos percibidos, es de utilidad como guía para dirigir el desarrollo de la actividad, lo que señala que el desarrollo del turismo no se debe enfocar como una meta sino como herramienta para el desarrollo de la comunidad (Nunkoo y Ramkissoon, 2011).

Por su parte, la información proporcionada por este tipo de trabajos permite ser de utilidad en el entorno sociocultural, permitiendo favorecer el desarrollo de diversas actividades en la comunidad (jornadas, eventos...), que mejorará la imagen con los servicios ofrecidos y afectará directamente en la percepción de los residentes sobre los impactos y el apoyo al desarrollo del mismo en la comunidad. Este desarrollo debe ser objeto de difusión, poniendo en valor los aspectos positivos de la comunidad, así como la potencial contribución del desarrollo del sector en la comunidad.

Por lo que respecta a la isla de Gran Canaria, y en consonancia con los resultados obtenidos del estudio, se propone, como medida de actuación, la aplicación del decreto que regule las actividades turístico activo-deportivas. Dados los resultados, se pone de manifiesto la

necesidad de esta regulación, debido a la importancia que los residentes destinan hacia este tipo de leyes, lo que conllevará una mejora en la relación actividad turística-residente.

Por otra parte, los residentes en Gran Canaria son plenamente conscientes de la importancia que el sector turístico tiene en la isla, por lo que la promoción de la actividad ha de ser fundamental. Entre las actividades, destacan aquellas que pudieran ser llevadas a cabo en el entorno rural, lo que pudiera ser usado como medida de descongestión del ámbito costero, actividades que además, puedan ser aprovechadas por los locales, brindando la oportunidad para desarrollar actividades vernáculas de la isla como medio de promoción turístico activo-deportiva.

CHAPTER X. CONCLUSIONS

10. Conclusions

In this section, it will be presented the conclusions obtained from this research after presenting the analysis and discussion of the results. These will be presented according to the sequence of objectives exposed in the previous chapters. As mentioned above, the conclusions obtained from the development of the study may have implications for those responsible for public policies on tourism, as well as for those private investors associated with the tourism sector.

Firstly, the conclusions related to the two general objectives of the study are presented, which refer to residents' perceptions of the impacts associated with active sports tourism, as well as residents' support for its development in Gran Canaria.

1. The residents of Gran Canaria have a generally positive perception of the impact of active sports tourism on the island. The highest mean correspond to the political-administrative impacts associated with sports tourism, which suggests that citizens consider it very important that the administrations regulate themselves correctly in this area, which will allow correct tourism planning and the consequent attraction of tourists to the island.
2. Support for the development of tourism in Gran Canaria is widely valued by residents, who therefore consider that active

sports tourism can be an important value that complements the tourist offer already available on the island.

Then, after evaluating the conclusions derived from the general objectives, the conclusions obtained from the specific objectives that have been developed during the research will be discussed.

3. The proposed scales present adequate psychometric properties that allow us to verify their validity and reliability, as well as to know the residents' valuations on the perceptions they have on the impacts of active sports tourism on the island.
4. Residents' perceptions of the impacts of active sports tourism should be viewed as a multidimensional construct.
5. The variables obtained from exploratory and confirmatory analyses performed on the instrument, indicate that residents' perceptions of the impacts of active sports tourism can be classified into economic, cultural, political-administrative, social and environmental impacts. Of these, the influence that political-administrative impacts have on residents' perceptions is highlighted.
6. A new dimension referring to political-administrative impacts has been included. It is a dimension that is not usually included when measuring the impacts associated with residents' perceptions.
7. The residents of Gran Canaria support to a greater extent the development of tourist and sports activities in nature. On the

contrary, support for the development of golf tourism on the island is undervalued by residents.

8. The differences in residents' perceptions of the impacts associated with sports tourism on Gran Canaria as a function of the different socio-demographic variables analysed have mostly not been statistically significant. Therefore, there is a tendency to unanimity in the perceptions of residents on the impacts of active sports tourism on the island.

The conclusions obtained from the comparison between the different methodologies used to analyse the relationship between residents' perceptions of impacts and support for the development of active sports tourism in the community, will be presented below.

9. After analysing the influence that the perceptions of the impacts associated with active sports tourism have on the support for the development of tourism in Gran Canaria using different statistical methodologies, it can be observed that, with the exception of the social impacts, all the variables are significant in the influence that these have on the support towards the development of tourism.
10. Perceptions of the political-administrative impacts are those that best explain the predisposition to support the development of tourism on the island, which confirms the importance of this variable in terms of analysing residents' perceptions of the community.

11. According to the results of the fsQCA analysis performed, the combination of residents' perceptions of high levels of political-administrative impacts and cultural impacts, would explain in greater proportion the support for the development of active sports tourism in Gran Canaria.

Finally, when considering the relationship between the impacts perceived by residents and the mediating effect of variables such as the community image, community attachment or quality of life of residents, the following conclusions are presented.

12. The mediating effect of the variables associated with perceptions on the community image, community attachment and quality of life of residents is significant between the relationship of perceived impacts and support for the development of active sports tourism in Gran Canaria.
13. Highlights the effect of residents' attachment to the community as having the greatest influence on the relationship between the perceived impacts of residents and their willingness to support the development of the sector on the island.

To sum up, active sports activities can create a more attractive tourist product. By promoting and developing a more diversified product, the possibilities of attracting new market niches are expanded, developing other types of strategies that are capable of diversifying the current tourist offer in Gran Canaria. This requires prior planning, and both in planning and subsequent management of the sector, it should be taken into account the opinion of residents of the tourist destination.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

Referencias bibliográficas

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of tourism research*, 32(1), 28-48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.005>
- Aguado, S. (2015). Evaluación de los eventos deportivos. Percepción de los espectadores y los residentes sobre el Open 500 de tenis de Valencia (tesis doctoral). Universidad de Valencia, Valencia. Recuperado de: <http://roderic.uv.es/>
- Albuquerque-García, L. (2011). El 'relato de viajes': hitos y formas en la evolución del género. *Revista de literatura*, 73(145), 15-34. DOI: <https://doi.org/10.3989/revliteratura.2011.v73.i145.250>
- Alexandris, K., & Kaplanidou, K. (2014). Marketing sport event tourism: Sport tourist behaviors and destination provisions. *Sport Marketing Quarterly*, 23(3), 125.
- Ali, F., Nair, P. K., & Hussain, K. (2016). An assessment of students' acceptance and usage of computer supported collaborative classrooms in hospitality and tourism schools. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 18, 51-60. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2016.03.002>
- Almeida-García, F., Balbuena-Vázquez, A., & Cortes-Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of

- tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002>.
- Alonso, V. L., & Medina, F. X. (2017). La compleja relación entre los deportes étnicos y el turismo: el ejemplo de las Islas Canarias. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 237-246.
- Alreck, P. L., & Settle, R. B. (2004). *The Survey Research. Handbook* (3 Ed.) New York: McGraw-Hill Irwin.
- Álvaro, J. L., Garrido, A., & Torregrosa, J. R. (1996). *Psicología social aplicada*. Madrid: McGraw-Hill.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728758802700104>
- Amer-Fernández, J. A. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus: Revista de climatología, meteorología y paisaje*, (23), 5-24.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development

options. *Journal of Travel research*, 39(1), 27-36. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502. DOI: <https://doi.org/10.2167/jost612.0>.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411.

Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67-90. DOI: [10.1177/1096348004268196](https://doi.org/10.1177/1096348004268196)

Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of travel research*, 42(2), 172-185. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287503257488>

Añó, V. (2011). *La Organización de Eventos y Competiciones Deportivas*. Valencia: Universidad de Valencia.

- Añó, V., Calabuig, F., & Parra, D. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53-65. DOI: 10.12800/ccd.v7i19.23
- Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra, D. & Duclos, D. (2013). Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 111(1), 11- 19.
- Añó, V., Duclos, D. & Pablos, C. (2010). Percepción social del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 entre los ciudadanos de Valencia. Motricidad. *European Journal of Human Movement*, 25, 143-164.
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of tourism research*, 17(4), 610-616. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90032-M](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90032-M)
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759803700203>
- Arnegger, J., & Herz, M. (2016). Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations.

Journal of Destination Marketing & Management, 5(2), 76-85.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.11.007>

Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. *Journal of Brand Management*, 16(8), 520-531. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550133>

Babbie, E. (1992). *The practice of social research* (10th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 40(1), 8-34. DOI: 10.1007/s11747-011-0278-x

Bagri, S. C., & Kala, D. (2016). Residents' attitudes toward tourism development and impacts in Koti-Kanasar, Indroli, Pattayur tourism circuit of Uttarakhand state, India. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 23-39.

Bakas, F. E. (2014). Tourism, female entrepreneurs and gender: Crafting economic realities in rural Greece. Tesis Doctoral. University de Otago, Nueva Zelanda.

Balduck, A. L., Maes, M., & Buelens, M. (2011). The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113. DOI: 10.1080/16184742.2011.559134

- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 26(4), 868-897. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Ballantyne, R., Packer, J., & Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152. DOI: 10.1016/j.annals.2008.07.001
- Bardolet, E., & Sheldon, P. J. (2008). Tourism in archipelagos: Hawai'i and the Balearics. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 900-923. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.07.005>
- Barker, M., Page, S. J., & Meyer, D. (2003). Urban visitor perceptions of safety during a special event. *Journal of Travel Research*, 41(4), 355-361. DOI: 10.1177/0047287503041004004
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Barrado, D. A., & Calabuig, J. (2001). *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis, SA.
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 8(1), 50-56. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/riatvol8iss1pp50-56%250718-235X>.

- Barrios, M., Borrego, A., Vilagínés, A., Ollé, C., & Somoza, M. (2008). A bibliometric study of psychological research on tourism. *Scientometrics*, 77(3), 453-467. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-007-1952-0>
- Bartolomé, A., Ramos, V., & Rey-Maqueira, J. (2009). Residents' Attitudes Towards Diversification Sports Tourism in the Balearics. *Tourism Recreation Research*, 34(1), 55-65. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081575>
- Batagelj, V., & Mrvar, A. (1998). Pajek-program for large network analysis. *Connections*, 21(2), 47-57.
- Beni, M. C. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. DOI: 10.1037/0033-2909.107.2.238
- Bentler, P. M. (2007). On tests and indices for evaluating structural models. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 825-829. DOI: 10.1016/j.paid.2006.09.024
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)

- Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC editorial.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Bonaiuto, M., Carrus, G., Martorella, H., & Bonnes, M. (2002). Local identity processes and environmental attitudes in land use changes: The case of natural protected areas. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 631-653. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00121-6](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00121-6)
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2012). *Contemporary Marketing*. New York: Harcourt College Publishers.
- Börner, K., Huang, W., Linnemeier, M., Duhon, R., Phillips, P., Ma, N., & Price, M. (2010). Rete-netzwerk-red: Analyzing and visualizing scholarly networks using the network workbench tool. *Scientometrics*, 83(3), 863–876. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0149-0>
- Bourdieu, P. (1978). Sport and social class. *Social sciences*, 17(6), 819-840. DOI: <https://doi.org/10.1177/053901847801700603>
- Bramwell, B. (2011). Governance, the state and sustainable tourism: A political economy approach. *Journal of Sustainable Tourism*,

19(4-5), 459-477. DOI:
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576765>.

Brasileiro, M. D. S., Rebollo, S., & Medina, J. C. C. (2008). Turismo deportivo de litoral: un análisis desde la oferta. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 29(3), 75-89.

Brida, J. G., Del Chiappa, G., Meleddu, M., & Pulina, M. (2014). A comparison of residents' perceptions in two cruise ports in the Mediterranean Sea. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 180-190. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.1915>

Brida, J. G., Riaño, E., & Zapata-Aguirre, S. (2012). Residents' perceptions toward cruise tourism impacts on a community: a factor and cluster analysis. *Cuadernos de Turismo*, 29, 79-107.

Britton, S. (1989). Tourism, dependency and development: a mode of analysis. *Europäische Hochschulschriften 10 (Fremdenverkehr)*. (11), 93-116.

Brookshire, D., Thayer, W., y D'Arge, R. (1982). Valuing public goods: A comparison of survey and hedonic approaches. *American Economic Review*, 72(1), 165-77.

Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90042-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90042-6)

- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions*, 154, 136-136. DOI: <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00003-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1)
- Bryne, B.M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications and programming*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Bryson, J. M. (2004). What to do when stakeholders matter: stakeholder identification and analysis techniques. *Public management review*, 6(1), 21-53.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Bujosa-Bestard, A., & Roselló-Nadal, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.004>
- Bull, C., & Lovell, J. (2007). The impact of hosting major sporting events on local residents: An analysis of the views and perceptions of Canterbury residents in relation to the Tour de France 2007. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 229-248. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080701736973>

- Buning, R. J., & Gibson, H. J. (2016). Exploring the Trajectory of Active-Sport-Event Travel Careers: A Social Worlds Perspective. *Journal of Sport Management*, 30(3), 265-281. DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.2015-0213>
- Butler, R. W. (1993). *Tourism—an evolutionary perspective. Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing*. Waterloo: University of Waterloo.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources. *The Canadian Geographer*, 24(1): 5–16. DOI: 10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. DOI: <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021>
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. London: Routledge.
- Bystrzanowski, J. (1989). *Tourism as a Factor of Change: Sociocultural Study*. Viena: European Coordination Centre for Research and Documentation in Social Sciences.

- Caiazza, R., & Audretsch, D. (2015). Can a sport mega-event support hosting city's economic, socio-cultural and political development?. *Tourism Management Perspectives*, 14, 1-2. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.001>
- Calabuig-Moreno, F., Prado-Gascó, V., Crespo-Hervás, J., Núñez-Pomar, J., & Añó-Sanz, V. (2016). Predicting future intentions of basketball spectators using SEM and fsQCA. *Journal of Business Research*, 69(4), 1396-1400. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.114>
- Calabuig, F., Parra, D., Añó, V. & Ayora, D. (2014). Análisis de la percepción de los residentes sobre el impacto cultural y deportivo de un Gran Premio de Fórmula 1. *Movimento*, 20(1), 261-280.
- Camps, A., Carretero, J. L., & Landaberea, J. A. (2002). *Aspectos jurídicos del deporte en el medio natural*. Madrid: Consejo Superior de Deportes
- Canalejo, A. M., Soto, M. O., & Guzmán, T. L. (2012). Percepción y actitudes del residente acerca del impacto del turismo en la Isla de Santiago (Cabo Verde). *Turismo y Desarrollo Local*, 5(12), 1-23.
- Casimiro, A., & Añó, V. (2006). *Incidencia social de los Juegos Mediterráneos Almería 2005*. Almería: Ed. UAL

- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117. DOI: 10.2307/258888
- Clayton, M.F., & Pett, M.A. (2008). AMOS versus LISREL: One data set, two analyses. *Nursing Research*, 57(4), 283–292. DOI: 10.1097/01.NNR.0000313487.64412.be
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402. DOI: <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Cohen, J., & Cohen, P. (1983). *Multiple regression/correlation for the behavioral sciences*. Erlbaum, NJ: Mahwah.
- Colantonio, A., & Potter, R. B. (2006). The rise of urban tourism in Havana since 1989. *Geography*, 91 (1), 23-33.
- Colmenares, L. (2009). La actitud de los residentes: factor clave en el desarrollo de un nuevo destino. *Revista Scientia Unellezea*, 3(1) 43-79.
- Cooper, C. (1995). Strategic planning for sustainable tourism: the case of the offshore islands of the UK. *Journal of Sustainable*

- Tourism*, 3(4), 191-209. DOI:
<https://doi.org/10.1080/09669589509510726>
- Cooper, C., & Wahab, S. (2001). *Tourism in the age of globalisation*. London: Routledge.
- Craik, J. (1995). Are there cultural limits to tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(2), 87-98. DOI:
<https://doi.org/10.1080/09669589509510713>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. DOI:
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Crowley, S.L., & Fan, X. (1997). Structural equation modeling: Basic concepts and applications in personality assessment research. *Journal of Personality Assessment*, 68(3), 508-531. DOI:
https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6803_4
- Cruz, G. M., & Pulido-Fernández, J. I. (2012). Dinámica relacional interorganizacional para el desarrollo turístico. Los casos de Villa Gesell y Pinamar (Argentina). *Revista de Estudios Regionales*, (94) 167-194.
- Chalip, L. (2001). Sport and tourism: capitalising on the linkage. En D. Kluka, & G. Schilling (Eds.), *The business of Sport* (pp. 77-89). Oxford, UK: Meyer & Meyer.

- Chandralal, K. (2010). Impacts of tourism and community attitudes towards tourism: A case study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41–49.
- Chen, C. F., & Chen, P. C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 12(4), 525-545. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516398>
- Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239-259. DOI: 10.1080/14775085.2010.513148
- Chen, S. C., & Raab, C. (2009). Measuring resident reactions to community tourism development: A pilot study of a new conceptual framework. *Proceedings of the Hospitality and Tourism Management International CHRIE Conference*, University of Massachusetts, Amherst. Recuperado en: <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1202&context=refereed>.
- Cheng, C. K., Li, X. R., Petrick, J. F., & O'Leary, J. T. (2011). An examination of tourism journal development. *Tourism Management*, 32(1), 53-61. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.11.004>
- Cheng, E.W.L. (2001). SEM being more effective than multiple regression in parsimonious model testing for management development research. *Journal of Management Development*,

20(7), 650–667. DOI:
<https://doi.org/10.1108/02621710110400564>.

Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>

Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. En *Handbook of partial least squares* (pp. 655-690). Springer, Berlin, Heidelberg.

Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>.

Chou, C. P., & Bentler, P. M. (1995). Estimates and tests in structural equation modeling. R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues and applications* (pp. 37-55). Thousand Oaks, CA: Sage.

Chou, C. P., Bentler, P. M., & Satorra, A. (1991). Scaled test statistics and robust standard errors for non- normal data in covariance structure analysis: a Monte Carlo study. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 44(2), 347-357. DOI: [10.1111/j.2044-8317.1991.tb00966.x](https://doi.org/10.1111/j.2044-8317.1991.tb00966.x).

Davis, J.A. (1985). *The logic of casual order*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- De Knop, P. (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 30-36. DOI: <https://doi.org/10.1080/10261133.1990.10559120>.
- De Knop, P., & Standeven, J. (1999). *Sport tourism*. USA: Edwards Bros.
- De Solla Price (1965). Networks of scientific papers. *Science*, 510-515. DOI: 10.1126/science.149.3683.510
- Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56. DOI: 10.1177/0047287502041001006.
- Decreto 178/2000, de 6 de septiembre, por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos.
- Deery, M., & Jago, L. (2005). The management of sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 378-389. DOI: <https://doi.org/10.1080/17430430500087252>.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same?. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 235-245. DOI: <https://doi.org/10.1080/1477508042000320250>
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism*

Management, 33(1), 64-73.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>

Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, part II: Verification of the scale. *Event Management*, 7(1), 25-38. DOI: 10.3727/152599501108751452.

Delpy, L. (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 23-38. DOI: 10.1177/135676679800400103

Denyer, D., & Tranfield, D. (2006). Using qualitative research synthesis to build an actionable knowledge base. *Management Decision*, 44(2), 213-227. DOI: <https://doi.org/10.1108/00251740610650201>

Devine-Wright, P., & Howes, Y. (2010). Disruption to place attachment and the protection of restorative environments: A wind energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 271-280. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.008>

Dickson, T. J., Gray, T., Downey, G., Saunders, J., & Newman, C. (2008). Profiling Australian snowsport injuries: a snapshot from the Snowy Mountains. *Journal of Sport & Tourism*, 13(4), 273-295. DOI: 10.1080/14775080802577201

Dickson, T., & Dolnicar, S. (2004). No risk, no fun the role of perceived risk in adventure tourism. *Proceedings of the 13th International research conference of the council for Australian University*

Tourism and Hospitality Education; Brisbane, Australia.
 Recuperado en:
<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=commpapers>.

Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.009>

Diekhoff, G. (1992). *Statistics for the Social and Behavioral Science Sciences: Univariate, Bivariate, Multivariate*. Dubuque: Wm. C. Brown.

Dillman, D. A. (2011). *Mail and Internet surveys: The tailored design method--2007 Update with new Internet, visual, and mixed-mode guide*. New York: John Wiley & Sons.

Downward, P. (2005). Critical (realist) reflection on policy and management research in sport, tourism and sports tourism. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 303-320. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184740500190702>.

Doxey, G. (1975). When enough's enough: the natives are restless in old Niagara. *Heritage Canada*. 2(2): 26-27.

Dredge, D. (2001). Local government tourism planning and policy-making in New South Wales: Institutional development and historical legacies. *Current Issues in Tourism*, 4(2-4), 355-380. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500108667893>

- Duclos, D. (2012). Impacto social del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno entre los residentes del municipio de Valencia (tesis doctoral). Universidad de Valencia, Valencia. Recuperado de: <http://roderic.uv.es/>
- Dul, J. (2016). Identifying single necessary conditions with NCA and fsQCA. *Journal of Business Research*, 69(4), 1516-1523. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.134>.
- Dumazedier, L. (1964). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.
- Dumitru, T. (2012). The impact of tourism development on urban environment. *Studies in Business & Economics*, 7(3), 160-164.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63-74. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.002>.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002>.
- EGATUR (2017). Encuesta de gasto turístico. Instituto Nacional de Estadística (INE). Recuperado en: <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadi>

stica_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863.

- Elliot, S., Papadopoulos, N., & Kim, S. S. (2011). An integrative model of place image: Exploring relationships between destination, product, and country images. *Journal of Travel Research*, 50(5), 520-534. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510379161>.
- Ellis, S., & Sheridan, L. (2014). A critical reflection on the role of stakeholders in sustainable tourism development in least-developed countries. *Tourism Planning & Development*, 11(4), 467-471. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.894558>.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362.
- Eng, S., & Woodside, A. G. (2012). Configural analysis of the drinking man: Fuzzy-set qualitative comparative analyses. *Addictive Behaviors*, 37(4), 541-543. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2011.11.034>.
- Espartero-Casado, J., y Palomar-Olmeda, A. (2012). La regulación del ejercicio profesional en el deporte: delimitaciones conceptuales y una reflexión. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 399, 47-94.
- Evren, S., & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia*, 25(1), 61-80. DOI: <https://doi.org/10.1080/13032917.2013.824906>

- Fabbri, P. (1990). *Recreational Uses of Coastal Areas*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- Fairley, S. (2003). In search of relived social experience: Group-based nostalgia sport tourism. *Journal of Sport Management*, 17(3), 284-304. DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.17.3.284>
- Fernandez-Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fernández-Muñoz, J. J., y García-González, J. M. (2017). El análisis de mediación a través de la macro/interfaz Process para SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 10 (2), 79-88. Doi: <http://doi.org/10.1344/reire2017.10.218109>
- Field, A. (2005). *Factor analysis using SPSS*. Londres: SAGE Publications,
- Filo, K., Funk, D. C., & O'Brien, D. (2009). The meaning behind attachment: Exploring camaraderie, cause, and competency at a charity sport event. *Journal of Sport Management*, 23(3), 361-387. DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.23.3.361>
- Fiss, P. C. (2011). Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research. *Academy of Management Journal*, 54(2), 393-420. DOI: <https://doi.org/10.5465/amj.2011.60263120>

- Fletcher, J. E. (1989). Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 514-529. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90006-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90006-6).
- Fletcher, J., & Morakabati, Y. (2008). Tourism activity, terrorism and political instability within the commonwealth: The cases of Fiji and Kenya. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 537-556. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.699>
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. DOI: 10.2307/3151312.
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.011>
- Francesch, A. (2004). Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. *Gazeta de Antropología*, (20). Madrid. Recuperado en: <http://hdl.handle.net/10481/7280>.
- Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128-140. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.013>
- Fredline, E. (2002). *Social impacts of tourism on the Gold Coast*. Altona: Common ground Publishing.

- Fredline, E. (2004). Host Community Reactions to Motorsport Events: The Perception of Impact on Quality of Life. In B. R. and D. Adair (Ed.), *Sport Tourism : Interrelationships, Impacts and Issues* (pp. 155–173). Clevedon: Channel View Publications.
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279. DOI: <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of tourism Research*, 27(3), 763-784. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6).
- Fredline, E., Raybould, M., Jago, L., & Deery, M. (2005). Triple bottom line event evaluation: A proposed framework for jolistic event evaluation. En: J. Allen (Ed.), presented at the Event management research conference, Sydney. University of Technology, Sydney.
- Fredline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37. DOI: 10.3727/152599503108751676
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. 1984. Boston: Pitman.
- FRONTUR (2017). Estadística de movimientos turísticos en frontera. Instituto canario de estadística (ISTAC). Recuperado en: https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_gran_canaria_2017.pdf.

- Funk, D. C., Toohey, K., & Bruun, T. (2007). International sport event participation: Prior sport involvement; destination image; and travel motives. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 227-248. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184740701511011>.
- Gammon, S. J., Ramshaw, G., & Wright, R. (2017). Theory in sport tourism: some critical reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 69-74. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775085.2017.1319515>.
- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8, 21-26. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080306236>
- Garau, J; Gutiérrez, D. & Díaz, R.J. (2016). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68-75. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>.
- García-Saura, P. J. (2002). Necesidad de regular el ejercicio y actuación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo en el medio natural. *Cuadernos de Turismo*, (9), 45-52.
- García-Saura, P. J. (2010). Turismo activo y medio ambiente: una implicación necesaria. Aspectos jurídicos. *Cuadernos de Turismo*, (26), 153-176.

- Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. *Tourism management*, 10(2), 125-137. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(89\)90053-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(89)90053-8)
- Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism management*, 15(4), 247-258. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90041-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90041-8)
- Getz, D. (2012). Event studies: Discourses and future directions. *Event Management*, 16 (2), 171-187. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599512X13343565268456>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Getz, D., & Timur, S. (2005). Stakeholder involvement in sustainable tourism: Balancing the voices. En W. F. Theobald (Ed.), *Global tourism* (pp 230–247). Burlington, MA: Elsevier
- Gibson, H. (2017). Sport tourism and theory and other developments: some reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 153-158. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775085.2017.1319514>
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45–76. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)

- Gibson, H. J. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. En S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), *Sport tourism: Principles and practice* (pp. 1111-122), Eastbourne: LSA.
- Gibson, H. J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17(3), 205-213.
- Gibson, H. J. (Ed.). (2006). *Sport tourism: Concepts and theories*. London: Routledge.
- Gibson, H. J., Lamont, M. Kennelly, M. & Buning, R.J. (2018). Introduction to the Special Issue Active Sport Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 22:2, 83-91, DOI: 10.1080/14775085.2018.1466350
- Gibson, H., & Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the lifecourse. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 358-383. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00037-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00037-8)
- Glyptis S A. (1991). Sport and Tourism. *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management*, 11, 165-183
- Golob, T.F. (2003). Structural equation modeling for travel behavior research. *Transportation Research Part B*, 37(1), 1-25. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0191-2615\(01\)00046-7](https://doi.org/10.1016/S0191-2615(01)00046-7)
- Gómez-Bruna, D., & Martín-Duque, C. (2015). La participación de los stakeholders en los destinos turísticos españoles: análisis de la situación actual. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 65, 151-174.

- González-García, R. J., Parra, D., Añó, V. & Calabuig, F. (2016). Percepción de los residentes sobre el impacto del Mundobasket 2014 en Gran Canaria y apoyo a la celebración de eventos deportivos. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 11(2), 279-288.
- González-Serrano, M. H., Calabuig-Moreno, F., Crespo-Hervás, J., & Prado-Gascó, V. (2017). Why are you passive? Understanding teen's sports intentions by QCA and LM. *Revista de Psicología del Deporte*, 26(3), 91-96.
- González-Serrano, M. H., Calabuig-Moreno, F., & Crespo-Hervás, J. (2018). Análisis de las intenciones de emprender en deporte a través de modelos lineales vs QCA. *Materiales para la Historia del Deporte*, (16), 6-15.
- Govers, R., Go, F. M., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 15-23. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287507302374>
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>

- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M. A., & Panosso Netto, A. (2017). Impact of trust on local residents' mega-event perceptions and their support. *Journal of Travel Research*, 56(3), 393-406. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287516643415>.
- Gutiérrez-Taño, D. (2010). Las actitudes de los residentes ante el turismo. (Tesis Doctoral) Universidad de la Laguna.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152. DOI: 10.2753/MTP1069-6679190202
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.009>

- Hall, C. M. (1992). Adventure, Sport and Health Tourism. En Special Interest Tourism, B. Weiler and C. M. Hall. eds.. LID. (pp 141-158). London: Belhaven Press.
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1), 16-27. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.001>
- Hall, D. (2004). Rural tourism development in southeastern Europe: Transition and the search for sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 165-176. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.482>
- Hammad, N., Ahmad, S. Z., & Papastathopoulos, A. (2017). Residents' perceptions of the impact of tourism in Abu Dhabi, United Arab Emirates. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 551-572. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2017-0048>
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 792-800. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.11.082>.
- Hao, H., Long, P., & Kleckley, J. (2011). Factors predicting homeowners' attitudes toward tourism: A case of a coastal

resort community. *Journal of Travel research*, 50(6), 627-640.
DOI: 10.1177/0047287510385463.

Hardy, A., Beeton, R. J., & Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475-496. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>.

Harman, H. H. (1980). *Análisis factorial moderno*. Madrid: ESP. Saltés.

Harrill, R., & Potts, T. D. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), 233-244. DOI: <https://doi.org/10.1080/01944360308978017>

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York, NY: The Guilford Press

Henkel, R., Henkel, P., Agrusa, W., Agrusa, J., & Tanner, J. (2006). Thailand as a tourist destination: Perceptions of international visitors and Thai residents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 269-287. DOI: <https://doi.org/10.1080/10941660600753299>

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, 116(1), 2-20.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Higham, J. (1999). Commentary-sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683509908667845>.
- Higham, J. E., & Hinch, T. D. (2003). Sport, space, and time: Effects of the Otago Highlanders franchise on tourism. *Journal of Sport Management*, 17(3), 235-257. DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.17.3.235>.
- Higham, J., & Hinch, T. (2006). Sport and tourism research: a geographic approach. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 31-49. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080600985267>.
- Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, Mobility and Identity*. Oxford: Elsevier. .
- Hinch, T. D., & Higham, J. E. (2001). Sport tourism: A framework for research. *The International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45. DOI: 10.1002/1522-1970(200101/02)3:13.0.CO;2-A
- Hinch, T. D., Higham, J., & Sant, S. L. (2014). Taking stock of sport tourism research. En A. Lew, C. Michael Hall, & A. M.

- Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp 413–424). Oxford: John Wiley & Sons.
- Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport Tourism Development* (ed. 2). Bristol, Channel View Publications.
- Hinkin, T. R. (1998). A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1(1), 104-121. DOI: <https://doi.org/10.1177/109442819800100106>.
- Howey, R. M., Savage, K. S., Verbeeten, M. J., & Van Hoof, H. B. (1999). Tourism and hospitality research journals: Cross-citations among research communities. *Tourism Management*, 20(1), 133-139.
- Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hritz, N., & Ross, C. (2010). The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *Journal of Sport Management*, 24(2), 119-138. DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.24.2.119>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>.

- Hu, L., & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. En R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concept, issues, and applications* (pp. 76-99). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Huh, C., & Vogt, C. A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: A cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287507308327>.
- IMPACTUR. (2017). Estudio de Impacto Económico del Turismo sobre la economía y el empleo de las islas Canarias: IMPACTUR © Canarias 2017. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/turismo/downloads/Impactur/IMPACTUR-Canarias-2017.pdf>
- Incera, A. C., & Fernández, M. F. (2015). Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy. *Tourism Management*, 48, 11-20. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.016>.
- Inglés-Yuba, E., & Seguí-Urbaneja, J. (2012). Estudio comparativo del ordenamiento jurídico del turismo activo y las actividades deportivas en el medio natural en la España de las comunidades autónomas. *Acciones e Investigaciones Sociales*, (31), 159-200. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.201231632.

- Inskeep, E. (1993). Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. *Journal of Travel Research*, 31(4), 70-71. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759303100459>.
- Jaafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, 48, 154-163. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.018>
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jamal, T., Smith, B., & Watson, E. (2008). Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations. *Tourism Management*, 29(1), 66-78. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.04.001>
- Jiang, Y., Ritchie, B. W., & Benckendorff, P. (2017). Bibliometric visualisation: an application in tourism crisis and disaster management research. *Current Issues in Tourism*, 1-33. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1408574>
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of tourism research*, 21(3), 629-642. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90124-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90124-4)

- Kaplanidou, K. (2012). The importance of legacy outcomes for Olympic Games four summer host cities residents' quality of life: 1996–2008. *European Sport Management Quarterly*, 12(4), 397-433. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.693118>.
- Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). Quality of life, event impacts, and mega-event support among South African residents before and after the 2010 FIFA world cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631-645. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513478501>.
- Karadakis, K., & Kaplanidou, K. (2012). Legacy perceptions among host and non-host Olympic Games residents: A longitudinal study of the 2010 Vancouver Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 243-264. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.680067>.
- Kerstetter, D. L., & Bricker, K. S. (2012). Relationship between carrying capacity of small island tourism destinations and quality-of-life. En *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 445-462). Springer, Dordrecht.
- Khan, H., Seng, C. F., & Cheong, W. K. (1990). Tourism multiplier effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 408-418. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90006-D](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90006-D).

- Kim, H. J., Gursoy, D., & Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.07.010>.
- Kim, K. (2002). The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community (Tesis doctoral) Virginia Tech. Virginia.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism Management*, 36, 527-540. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>.
- Kim, S. S., & Morrision, A. M. (2005). Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(2), 233-247. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.003>.
- Kim, W., & Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15(1), 91-108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.05.007>.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>.

- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90089-L](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90089-L)
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York, NY: Guilford.
- Knoke, D., Marsden, P. V., & Kalleberg, A. L. (2002). Survey research methods. *The Blackwell Companion to Organizations*, 781-804. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781405164061.ch34>
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2009). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Prentice Hall..
- Kreag, D. (2001). *The Impacts of Tourism*. Minnesota: Sea Grant Program.
- Krippendorff, J. (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*, 8(2), 174-176. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(87\)90029-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(87)90029-X)
- Kurtzman, J. (1993). Inaugural Address: Sports Tourism International Council. *Journal of Sport Tourism*, 1, 5-17. <https://doi.org/10.1080/10295398608718526>

- Kurtzman, J. (2005a). Economic impact: sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080500101551>
- Kurtzman, J. (2005b). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080500101502>
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1995). Tourism sport international council. *Annals of tourism Research*, 22(3), 707-708.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1997). A wave in time—the sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 7-24. DOI: <https://doi.org/10.1080/10295399708718624>
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26(1), 99-118. DOI: <https://doi.org/10.1080/01490400490272675>
- Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5-23. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14775080902847363>

- Lance, C. E., Butts, M. M., & Michels, L. C. (2006). The sources of four commonly reported cutoff criteria: what did they really say?. *Organizational Research Methods*, 9(2), 202-220. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1094428105284919>.
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 35-43. DOI: 10.1177/004728759403200306
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact scale. *Annals of Tourism Research*, 77(4), 121-139. Doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6).
- Lanquar, R. (2001). *Marketing turístico: de lo global a lo local*. Madrid: Arie
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología*, 64(44), 133-149. DOI: <https://doi.org/10.3989/ris.2006.i44.31>
- Latiesa, M., García-Ferrando, M., & Álvarez-Sousa, A. (2009). *Sociología del ocio y del turismo: tipos, planificación y desarrollo*. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. Doi: <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>.

- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>.
- Ley 14/2009, de 30 de diciembre de Ordenación del Turismo.
- Ley 7/1995, de 6 de abril de Canarias, de Ordenación del Turismo.
- Ley 9/2014, de 6 de noviembre, de medidas tributarias, administrativas y sociales de Canarias.
- Liburd, J. J., Benckendorff, P., & Carlsen, J. (2012). Tourism and Quality-of-Life: How Does Tourism Measure Up?. En *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research* (pp. 105-132). Springer, Dordrecht.
- Lim, C. C., & Patterson, I. (2008). Sport tourism on the islands: The impact of an international mega golf event. *Journal of Sport & Tourism*, 13(2), 115-133. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080802170346>
- Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80009-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80009-6)
- Loehlin, J. C., Beaujean, A. (2017). *Latent variable models: An introduction to factor, path, and structural equation analysis* (5th ed.). New York, NY: Routledge.
- Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007

- on Barbados: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.004>.
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2013). FACTOR 9.2: A Comprehensive Program for Fitting Exploratory and Semiconfirmatory Factor Analysis and IRT Models. *Applied Psychological Measurement*, 37(6), 497-498. DOI: 10.1177/0146621613487794.
- Llopis-Amorós, M. P., & Gil-Saura, I. (2011). Un gran evento deportivo: perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour: revista de investigaciones turísticas*, (4), 32-61.
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. Doi: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>.
- Ma, S. C., & Kaplanidou, K. (2017). Legacy perceptions among host Tour de Taiwan residents: the mediating effect of quality of life. *Leisure Studies*, 36(3), 423-437. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1128475>
- Ma, S. C., & Rotherham, I. D. (2016). Residents' changed perceptions of sport event impacts: the case of the 2012 Tour de Taiwan.

Leisure Studies, 35(5), 616-637. DOI:
<https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1035313>

MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*.
 Barcelona: Melusina.

Mackenzie, S.B. (2001). Opportunities for improving consumer
 research through latent variable structural equation modeling.
Journal of Consumer Research, 28(1), 159–166. DOI:
<https://doi.org/10.1086/321954>

Maddox, R. N. (1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal
 of Travel Research*, 23(3), 2–5. Doi:
<https://doi.org/10.1177/004728758502300301>

Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of tourism
 research*, 20(2), 336-353. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90059-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90059-C)

Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of
 government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102. DOI:
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00070-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00070-9)

Malinowski, B. (1920). Kula; the circulating exchange of valuables in
 the archipelagoes of Eastern New Guinea. *Man*, 20, 97-105.

Mao, L. L., & Huang, H. (2016). Social impact of Formula One Chinese
 Grand Prix: A comparison of local residents' perceptions based
 on the intrinsic dimension. *Sport Management Review*, 19(3),
 306-318. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.08.007>

- Markwick, M. C. (2000). Golf tourism development, stakeholders, differing discourses and alternative agendas: The case of Malta. *Tourism Management*, 21(5), 515–524. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00107-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00107-7)
- Marzuki, A. (2009). Impacts of tourism development. *Anatolia*, 20(2), 450-455. DOI: 10.1080/13032917.2009.10518921
- Masa'deh, R. E., Nasseef, M. A., Alshayeb, H., Ojilat, J., & Alshafiee, M. (2017). The Effect of Sport Tourism Management on Support for Tourism Development. *Journal of Management and Strategy*, 8(3), 20. DOI: <https://doi.org/10.5430/jms.v8n3p20>
- Mason, C., & Simmons, J. (2014). Embedding corporate social responsibility in corporate governance: A stakeholder systems approach. *Journal of Business Ethics*, 119(1), 77-86. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1615-9>
- Mayfield, T. R., & Crompton, J. L. (1995). Development of an instrument for identifying community reasons for staging a festival. *Journal of Travel Research*, 33(3), 37-44. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759503300307>.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del turismo*. Madrid: Editorial C. E. Ramón Areces
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759403200305>

- McDowall, S., & Choi, Y. (2010). A comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55. DOI: <https://doi.org/10.1080/15280080903520576>
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- McKercher, B. (2008). A citation analysis of tourism scholars. *Tourism Management*, 29(6), 1226-1232. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.003>
- McKercher, B. (2012). Influence Ratio: An Alternate Means to Assess the Relative Influence of Hospitality and Tourism Journals on Research. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 962-971. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.11.004>
- Medina, F. X., & Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 3(1), 97-107. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.006>
- Meimand, S. E., Khalifah, Z., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A., & Ahmad, U. N. U. (2017). Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural

- Perspective. *Sustainability*, 9(7), 1170. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9071170>
- Meleddu, M. (2014). Tourism, residents' welfare and economic choice: a literature review. *Journal of Economic Surveys*, 28(2), 376-399. DOI: <https://doi.org/10.1111/joes.12013>
- Melkers, J. (1993). Bibliometrics as a tool for analysis of R&D impacts. En *Evaluating R&D impacts: Methods and practice* (pp. 43-61). Springer, Boston, MA.
- Meyers, L.S., Gamst, G., & Guarino A.J. (2006). *Applied multivariate research: Design and implication*. CA: Sage Publications, Inc.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90082-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90082-5)
- Morales-Cortijo, G. I., & Hernández-Mogollón, J. M. (2011). Los stakeholders del turismo. *Tourism & Management Studies*, 1, 894-903.
- Moscardo, G. (2012). Building social capital to enhance the Quality-of-life of destination residents. In *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 403-421). Springer, Dordrecht.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world*. New York, NY: Routledge.

- Müller, M. (2012). Popular perception of urban transformation through megaevents: understanding support for the 2014 Winter Olympics in Sochi. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 30(4), 693-711. DOI: <https://doi.org/10.1068/c11185r>
- Munné, F. (1980). *Psicopedagogía del tiempo libre*. México: Trillas.
- Musil, C. M., Jones, S. L., & Warner, C. D. (1998). Structural equation modeling and its relationship to multiple regression and factor analysis. *Research in Nursing & Health*, 21(3), 271-281. DOI: 10.1002/(SICI)1098-240X(199806)21:33.3.CO;2-5
- Myers, R.M. (1990). *Classical and Modern Regression with Applications*. (2. Ed), Boston: Duxbury Press,
- Nasarre-Sarmiento, J. M. (2011). La regulación jurídica de las empresas de turismo activo. *Acciones e investigaciones sociales*, 10, 67-82.
- Nasarre, J. M., y Mediavilla, L. (2007). Estudio de la situación de la Legislación de Turismo Activo en España. Informe de la Subdirección General de Calidad e Innovación Turística. Secretaría General de Turismo, MITYC, 2007.
- Nawijn, J., & Mitás, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: The case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531-541. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287511426482>.

- Nelson, V. (2005). Representation and images of people, place and nature in Grenada's tourism. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 87(2), 131-143. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00187.x>.
- Neville, B. A., Bell, S. J., & Mengüç, B. (2005). Corporate reputation, stakeholders and the social performance-financial performance relationship. *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 1184-1198. DOI: <https://doi.org/10.1108/03090560510610798>.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: the Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of Travel Research*, 35(2), 46-54. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759603500208>.
- Norbert, E., & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid, FCE.
- Northcote, J., & Macbeth, J. (2005). Limitations of Resident Perception Surveys for Understanding Tourism Social Impacts The Need for Triangulation. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 43-54. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081472>.

- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2016). Rethinking the role of power and trust in tourism planning. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 512-522. DOI: <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019170>.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>.
- Nunkoo, R., & Smith S. L. (2013). Political Economy of Tourism: Trust in Government Actors, Political Support, and Their Determinants. *Tourism Management*, 36, 120–132. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.018>.
- Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287515592972>.
- Nunkoo, R., Gursoy, D., & Juwaheer, T. D. (2010). Island residents' identities and their support for tourism: an integration of two

- theories. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 675-693. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669581003602341>.
- Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2013). Use of structural equation modeling in tourism research: Past, present, and future. *Journal of Travel Research*, 52(6), 759-771. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513478503>.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.
- Núñez, J.M., Calabuig, F., Añó, V. y Parra, D. (2014). Public perceptions of costs associated with major sporting events. En: Alonso Dos Santos, M. (Ed.), *Strategies in Sports Marketing: Technologies and Emerging Trends* (pp. 1-15). Chile: IGI Global.
- Ohmann, S., Jones, I., & Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 129-152. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080601155167>.
- Olsen, M. y Mervin, D. (1977). Towards a methodology for conducting social impacts assessments using quality of life indicators. En: K. Finsterbusch and C. Wolf, (eds.) *Methodology of social impact assessment*. Pennsylvania: Dowden, Hutchinson & Ross.
- Olya, H. G., & Gavilyan, Y. (2017). Configurational models to predict residents' support for tourism development. *Journal of Travel*

Research, 56(7), 893-912. DOI:
<https://doi.org/10.1177/0047287516667850>.

Oviedo-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M., & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.644>.

Page, S. J., & Hall, C. M. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. New York, NY: Routledge.

Palacios-Marqués, D., Roig-Dobón, S., & Comeig, I. (2017). Background factors to innovation performance: results of an empirical study using fsQCA methodology. *Quality & Quantity*, 51(5), 1939-1953. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0414-2>.

Papadimitriou, D., Apostolopoulou, A., & Kaplanidou, K. (2015). Destination personality, affective image, and behavioral intentions in domestic urban tourism. *Journal of Travel Research*, 54(3), 302-315. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513516389>.

Park, D. B., Nunkoo, R., & Yoon, Y. S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.959993>.

- Park, K., Phillips, W. J., Canter, D. D., & Abbott, J. (2011). Hospitality and tourism research rankings by author, university, and country using six major journals: The first decade of the new millennium. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(3), 381-416. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348011400743>.
- Parra, D. (2017). Percepción de los residentes sobre los impactos de un gran evento deportivo: Desarrollo y validación de una escala (tesis doctoral). Universidad de Valencia, Valencia. Recuperado de: <http://roderic.uv.es>.
- Parra, D., & Duclos, D. (2013). Percepción de los residentes sobre el impacto socioeconómico de un evento deportivo: análisis de segmentos y perfil del residente. *Journal of Sports Economics and Management*, 3(1), 4-32.
- Parra, D., Aguado, S., & Núñez, J. M. (2015). Los costes de la celebración de un evento deportivo: Percepción de la comunidad de acogida. *Journal of Sports Economics and Management*, 5(1), 17-36.
- Parra, D., Añó, V., Ayora, D., & Núñez, J.M. (2012). Percepción social sobre la repercusión de un evento deportivo. *Journal of Sports Economics and Management*, 2(1), 34-51.
- Parra, D., Añó, V., Calabuig, F., & Ayora, D. (2016). Percepción de los residentes sobre el legado de la America's Cup. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 309-322.

- Parra, D., Calabuig, F., Añó, V., Ayora, D., & Núñez, J.M. (2014). El impacto de un evento deportivo mediano: percepción de los residentes de la comunidad de acogida. *Retos: Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 26, 88-93.
- Parra, D., Elasri, A., Triadó, X.M., & Aparicio, P. (2016). Análisis de la relación entre los beneficios y los costes percibidos y la satisfacción del residente con la celebración de un evento deportivo: efecto mediador del valor percibido. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(3), 59-63.
- Parra, D., González-García, R. J., Añó, V., & Ayora, D., (2016). Percepción de los visitantes sobre el impacto social y sus intenciones con respecto a la celebración de un evento deportivo de pequeña escala. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(3), 93-96.
- Pastras, P., & Bramwell, B. (2013). A strategic-relational approach to tourism policy. *Annals of Tourism Research*, 43, 390-414. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.06.009>.
- Pearce, D. G. (1998). Tourism development in Paris: Public intervention. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 457-476. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00096-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00096-0).
- Pearce, P. L., Moscardó, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Pergamon.

- Peña, D. (2013). *Análisis de datos multivariantes*. McGraw-Hill España.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of tourism Research*, 17(4), 586-599. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q).
- Persson, O., R. Danell, J. Wiborg Schneider. (2009). How to use Bibexcel for various types of bibliometric analysis. En Celebrating scholarly communication studies: A Festschrift for Olle Persson at his 60th Birthday, ed. F. Åström, R. Danell, B. Larsen, J. Schneider, 9–24. Leuven, Belgium: International Society for Scientometrics and Informetrics.
- Peters, M., & Schuckert, M. (2014). Tourism entrepreneurs' perception of quality of life: an explorative study. *Tourism Analysis*, 19(6), 731-740. DOI: <https://doi.org/10.3727/108354214X14146846679484>.
- Phillips, R., & Roberts, S. (Eds.). (2013). *Tourism, Planning, and Community Development*. New York, NY: Routledge.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., & Gleyse, J. (2003). Epistemological issues on Sport Tourism: Challenge for a new scientific Field. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 27-34. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080306241>.
- Pitts, B. G. (1999). Sports tourism and niche markets: Identification and analysis of the growing lesbian and gay sports tourism industry.

Journal of Vacation Marketing, 5(1), 31-50. DOI:
<https://doi.org/10.1177/135676679900500104>.

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12. DOI:
<https://doi.org/10.1177/004728757801600402>.

Plog, S. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24. DOI:
[https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(01\)81020-X](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(01)81020-X).

Polonsky, M. J., & Scott, D. (2005). An empirical examination of the stakeholder strategy matrix. *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 1199-1215. DOI:
<https://doi.org/10.1108/03090560510610806>.

Post, J. E., Preston, L. E., & Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, 45(1), 6-28. DOI: <https://doi.org/10.2307/41166151>.

Prado-Gascó, V. J., & Calabuig-Moreno, F. (2016). Measuring service quality of sporting events: Lineal models vs QCA. *Journal of Sports Economics & Management*, 6(3), 126-136.

Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing &*

- Management*, 2(2), 118-127. DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>.
- Preister, K. (1989). The theory and management of tourism impacts. *Tourism Recreation Research*, 14(1), 15-22. DOI:
<https://doi.org/10.1080/02508281.1989.11014539>.
- Presenza, A., & Sheehan, L. (2013). Planning tourism through sporting events. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(2), 125-139. DOI:
<https://doi.org/10.1108/17582951311325890>.
- Preuss, H., & Solberg, H. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411. DOI:
<https://doi.org/10.1080/16184740601154524>.
- Proyecto de Decreto 2017, de 4 de abril, por el que se establece el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades de turismo activo.
- Puertas, X. (2007). *Gestión del ocio en el ámbito turístico*. Madrid: Síntesis Editorial.
- Pulido-Fernández, J. I. (2007). Elementos para orientar la formulación de una política turística sostenible en los parques naturales andaluces. *Cuadernos de Turismo*, (19), 167-188.
- Pulido-Fernández, J. I. (2010). Las partes interesadas en la gestión turística de los parques naturales andaluces. Identificación de

interrelaciones e intereses. *Revista de Estudios Regionales*, (88), 147-175.

Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism management*, 32(3), 465-476. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>.

Ragin, C. C. (2009). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. Chicago: University of Chicago Press.

Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110-122. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>.

Ramírez, W., Vinaccia, S., & Suárez, G. R. (2004). El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. *Revista de estudios sociales*, 18, 67-75.

Ramón-Cardona, J. (2014). Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: el caso de Ibiza. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 3-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v8i1.704>.

Ramón-Cardona, J. (2015a). Comparativa entre islas de la valoración de distintos tipos de oferta turística por parte de los residentes: el caso de las Islas Baleares (España). *Turismo e Sociedade*, 8(2), 255-275. DOI: 10.5380/tes.v8i2.37718.

- Ramón-Cardona, J. (2015b). Efecto de la economía y el entorno en los residentes. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1371-1386.
- Ramos-Rodríguez, A. R., & Ruíz- Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980–2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.397>.
- Ramshaw, G. (2014). Sport, heritage, and tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 9(3), 191-196. DOI: 10.1080/1743873X.2014.904320.
- Ramshaw, G., & Gammon, S. (2005). More than just nostalgia? Exploring the heritage/sport tourism nexus. *Journal of Sport Tourism*, 10(4), 229-241. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080600805416>.
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism

development. *Tourism Management*, 60, 147-158. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>.

Reeder, R. J., & Brown, D. M. (2005). *Recreation, tourism, and rural well-being* (Ed7). Washington DC: US Department of Agriculture, Economic Research Service.

Ribeirinho-Machado, J. (2011). Turismo: fundamentos conceptuales, realidad y perspectiva. Tesis Doctoral. Universidad de Navarra.

Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. *Tourism Management*, 19(6), 567-582.

Ritchie, B. W., & Adair, D. (Eds.). (2004). *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues*. Clevedon: Channel View Publications.

Ritchie, B. W., Burns, P. M., & Palmer, C. A. (Eds.). (2005). *Tourism research methods: integrating theory with practice*. Wallingford: Cabi Publishing.

Ritchie, B. W., Shipway, R., & Cleeve, B. (2009). Resident perceptions of mega-sporting events: A non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 143-167. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080902965108>.

Robson, J., & Robson, I. (1996). From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*,

- 17(7), 533-540. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775080902965108>.
- Rootenberg, C. (2012). A model of perceived impacts of tourism on residents' quality of life in selected towns (Doctoral dissertation, North-West University).
- Ross, G. F. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *Journal of Travel Research*, 30(3), 13-17. DOI: 10.1177/004728759203000302.
- Roselló, J., Aguiló, E., & Riera, A. (2005). Modeling tourism demand dynamics. *Journal of Travel Research*, 44(1), 111-116. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287505276602>.
- Rothman, H. (Ed.). (2003). *The culture of tourism, the tourism of culture*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. L. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>.
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 34-45.
- Ryan, C. (1993). Crime, violence, terrorism and tourism: an accidental or intrinsic relationship?. *Tourism Management*, 14(3), 173-183. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90018-G](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90018-G).

- Ryan, C., Chaozhi, Z., & Zeng, D. (2011). The impacts of tourism at a UNESCO heritage site in China—a need for a meta-narrative? The case of the Kaiping Diaolou. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 747-765. DOI: 10.1080/09669582.2010.544742.
- Saha, S., & Yap, G. (2014). The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross-country panel analysis. *Journal of Travel Research*, 53(4), 509-521. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513496472>.
- Salgado-Barandela, J., Barajas, A., Lera-López, F., & Sánchez-Fernández, P. (2013). Impacto económico de eventos deportivos: modelo y praxis. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 3(1), 38-50.
- Sampson, R. J. (1988). Local friendship ties and community attachment in mass society: A multilevel systemic model. *American Sociological Review*, 53 (5), 766-779. DOI: 10.2307/2095822.
- Sánchez Fernández, P., Barajas-Alonso, Á., & Alén González, M. E. (2013). Los eventos deportivos como herramienta de promoción turística. *Revista de Análisis Turístico*, 16(2), 59-69. DOI: <https://doi.org/10.1234/RAT2011n11>.
- Satorra, A., & Bentler, P. M. (1994). Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In A. von Eye, & C. C. Clogg (Eds.), *Latent variables analysis: Applications*

- for developmental research. (pp. 399-419). Newbury Park, CA: Sage.
- Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). Managing stakeholders a tourism planning model. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 312-328. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00097-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00097-8).
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21(2), 147-156. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00044-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00044-8).
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Clevedon: Channel View Publications.
- Schneider, C. Q., & Wagemann, C. (2012). *Set-theoretic methods for the social sciences: A guide to qualitative comparative analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schneider, M. R., Schulze-Bentrop, C., & Paunescu, M. (2010). Mapping the institutional capital of high-tech firms: A fuzzy-set analysis of capitalist variety and export performance. *Journal of International Business Studies*, 41(2), 246-266.
- Scholtz, M., & Slabbert, E. (2018). A remodelled approach to measuring the social impact of tourism in a developing country. *Development Southern Africa*, 1-17. DOI: <https://doi.org/10.1080/0376835X.2018.1461609>.

- Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama rhino sanctuary trust, central district, Botswana. *Tourism Management*, 31(1), 136-146. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.005>.
- Sethi, V., & King, W. R. (1994). Development of measures to assess the extent to which an information technology application provides competitive advantage. *Management Science*, 40(12), 1601-1627. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.40.12.1601>.
- Sharma, B; & Dyer, P. (2009) Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts. *Benchmarking: An International Journal*. 16 (3), 351-371. DOI <https://doi.org/10.1108/14635770910961371>.
- Sharma, B., Dyer, P., Carter, J., & Gursoy, D. (2008). Exploring residents' perceptions of the social impacts of tourism on the Sunshine Coast, Australia. *International journal of hospitality & tourism administration*, 9(3), 288-311. DOI: <https://doi.org/10.1080/15256480802096092>.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>.
- Sheehan, L., Vargas-Sánchez, A., Presenza, A., & Abbate, T. (2016). The use of intelligence in tourism destination management: An emerging role for dmos. *International Journal of Tourism*

Research, 18(6), 549-557. DOI:
<https://doi.org/10.1002/jtr.2072>.

Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47. DOI:
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(84\)90006-2](https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90006-2).

Shen, Y., Morrison, A. M., Wu, B., Park, J., Li, C., & Li, M. (2018). Where in the world? A geographic analysis of a decade of research in tourism, hospitality, and leisure journals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 171-200. DOI:
<https://doi.org/10.1177/1096348014563394>.

Simpson, K., & Bretherton, P. (2009). The impact of community attachment on host society attitudes and behaviours towards visitors. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6(3), 235-246. DOI:
<https://doi.org/10.1080/14790530903363431>.

Simpson, M. C. (2008). Community benefit tourism initiatives—A conceptual oxymoron?. *Tourism Management*, 29(1), 1-18. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.005>.

Sinclair-Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 5-12. DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.005>.

Sinclair-Maragh, G., & Gursoy, D. (2016). A conceptual model of residents' support for tourism development in developing

- countries. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 1-22. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1047531>.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological methodology*, 13, 290-312. DOI: 10.2307/270723.
- Solberg, H., & Preuss, H. (2005). Major sporting events—are there any long-term tourism impacts. *Journal of sports management*, 21 (2), 134-142. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.2.213>.
- Sriwannawit, P., & Sandström, U. (2015). Large-scale bibliometric review of diffusion research. *Scientometrics*, 102(2), 1615-1645. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1448-7>.
- Stebbins, R. (2006). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time*. Somerset NJ: Aldine Transaction Publications.
- Steinecke, A. (1993). The Historical Development of Tourism in Europe. En W. Pompei and P. Lavery (eds.). *Tourism in Europe: Structures and Development* (pp. 3-12). Wallingford: CABI.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 448-468. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.01.002>.
- Styliadis, D. (2016). The role of place image dimensions in residents' support for tourism development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129-139. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.2039>.

- Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210. DOI: 10.1080/21568316.2017.1318775.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58, 184-195. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014>
- Suess, C. (2014). Factors Influencing the Perceived Impacts of Medical Tourism Development on Quality of Life. (Tesis Doctoral). Universidad de Nevada. Las Vegas.
- Sutton, W. A. (1967). Travel and understanding: Notes on the social structure of touring. *International Journal of Comparative Sociology*, 8 (2), 218-223. DOI: 10.1163/156854267X00169.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5 ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Tanaka, J. S. (1987). " How big is big enough?": Sample size and goodness of fit in structural equation models with latent

variables. *Child Development*, 58(1), 134-146. DOI: 10.2307/1130296

Tanaka, J. S., & Huba, G. H. (1989). A general coefficient of determination for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 42, 233-239. Doi: 10.1111/j.2044-8317.1989.tb00912.x.

Teti, M. M. (2009). Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 3(3), 115-120.

Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3)

Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Prebensen, N. K. (2015). Segmenting potential nature-based tourists based on temporal factors: The case of Norway. *Journal of Travel Research*, 54(2), 251-265. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513514296>

Tonge, J., Ryan, M. M., Moore, S. A., & Beckley, L. E. (2015). The effect of place attachment on pro-environment behavioral intentions of visitors to coastal natural area tourist destinations. *Journal of Travel Research*, 54(6), 730-743. DOI: 10.1177/0047287514533010.

- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1).
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence- informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>.
- Trochim, W. M., & Donnelly, J. P. (2005). *Research methods: The concise knowledge base*. Cincinnati, OH: Atomic Dog Publishing.
- Turner, L., & Ash, J. (1991). *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.
- Turner, L.W., & Witt, S. (2001). Factors influencing demand for international tourism: tourism demand analysis using structural equation modelling, revisited. *Tourism Economics*, 7(1), 21–38. DOI: <https://doi.org/10.5367/000000001101297711>
- Twynam, G. & Johnston, M. (2004). Changes in Host Community Reactions to a Special Sporting Event. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 242-261. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500408667981>.
- Upchurch, R. S., & Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5), 499-507. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00104-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00104-1)

- Urry, J. (1990). The consumption' of tourism. *Sociology*, 24(1), 23-35.
- Urry, J., & Crawshaw, C. (2002). *Tourism and the photographic eye. In Touring Cultures*. London: Routledge.
- Uysal, M., Perdue, R., & Sirgy, M. J. (Eds.). (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Springer Science & Business Media.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. DOI: [10.1007/s11192-009-0146-3](https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3).
- Van Raan, A. F. (2005). Fatal attraction: Conceptual and methodological problems in the ranking of universities by bibliometric methods. *Scientometrics*, 62(1), 133-143. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-005-0008-6>.
- Van Rheenen, D., Cernaianu, S., & Sobry, C. (2017). Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 75-93. DOI: <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1229212>.

- Vargas-Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.
- Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>.
- Verbos, R. I., Altschuler, B., & Brownlee, M. T. (2017). Weather Studies in Outdoor Recreation and Nature-Based Tourism: A Research Synthesis and Gap Analysis. *Leisure Sciences*, 1-24. DOI: <https://doi.org/10.1080/01490400.2017.1325794>.
- Villanueva, J., Van de Ven, A. & Sapienza, H. (2012). Resource mobilization in entrepreneurial firms. *Journal of Business Venturing*, 27 (1), 19-30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.09.001>.
- Villanueva, L., Montoya-Castilla, I., & Prado-Gasco, V. (2017). The importance of trait emotional intelligence and feelings in the prediction of perceived and biological stress in adolescents: hierarchical regressions and fsQCA models. *Stress*, 20(4), 355-362. DOI: 10.1080/10253890.2017.1340451.
- Wager, J. (1995). Developing a strategy for the Angkor world heritage site. *Tourism Management*, 16(7), 515-523. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00069-Z](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00069-Z).
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.

- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>.
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.007>.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban–rural fringe. *Annals of tourism research*, 28(2), 439-458. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00052-9).
- Weed, M. (2001). Towards a model of cross-sectoral policy development in leisure: The case of sport and tourism. *Leisure Studies*, 20(2), 125-141. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614360110049931>.
- Weed, M. (2005). Sport tourism theory and method e concepts, issues and epistemologies. *European Sport Management Quarterly*, (5)3, 229-242. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/16184740500190587>.
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000–2004: A systematic review of knowledge and a meta-evaluation of methods. *Journal*

of Sport & Tourism, 11(1), 5-30. DOI:
<https://doi.org/10.1080/14775080600985150>.

Weed, M. (2008). *Sport & tourism: A reader*. London: Routledge.

Weed, M. (2009). Research quality considerations for grounded theory research in sport & exercise psychology. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(5), 502-510. DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2009.02.007>.

Weed, M. (2011) Methodology and Method in Sport & Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 101-103. DOI:
<https://doi.org/10.1080/14775085.2011.593380>.

Weed, M. (2012). Researching experiences of sport and tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 79–79. DOI:
[10.1080/14775085.2012.750510](https://doi.org/10.1080/14775085.2012.750510).

Weed, M. (2014). After 20 years, what are the big questions for sports tourism research? *Journal of Sport & Tourism*, 19(1), 1–4. DOI:
[10.1080/14775085.2015.1032505](https://doi.org/10.1080/14775085.2015.1032505).

Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier

Weed, M. E. (1999). More than sports tourism: an introduction to the sport–tourism link. En M. Scarrot (Ed.), *Proceedings of the sport and recreation information group seminar, exploring sports tourism*. Sheffield: SPRIG.

- Weed, M. E., & Bull, C. J. (1997). Integrating sport and tourism: A review of regional policies in England. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 129-147.
- Weed, M., & Bull, C. (2012). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. London: Routledge.
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Mansfield, L., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., & Dowse, S. (2009). A systematic review of the evidence base for developing a physical activity and health legacy from the London 2012 Olympic and Paralympic Games. Canterbury: Centre for Sport, Physical Education and Activity Research, Canterbury Christ Church University, London.
- Weston, R., & Gore, P.A. (2006). A brief guide to structural equation modeling. *The Counselling Psychologist*, 34 (5), 719–751. DOI: <https://doi.org/10.1177/0011000006286345>.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. F. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136. DOI: 10.2307/270754.
- Wheeldon, J., & Ahlberg, M. K. (2011). *Visualizing social science research: Maps, methods, & meaning*. London: Sage.
- White, H. D., & Griffith, B. C. (1981). Author cocitation: A literature measure of intellectual structure. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 32(3), 163-171. DOI: <https://doi.org/10.1002/asi.4630320302>.

- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X).
- Wise, N., & Whittam, G. (2015). Special edition: Regeneration, enterprise, sport and tourism. *Local Economy*, 30 (8), 867-870. DOI: 10.1177/0269094215601992.
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>.
- Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2018). Tourism impact and stakeholders' quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 260-286. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348016654971>.
- Wood, J. F. (2011). An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community. *Journal of Intercultural Communication Research*, 40(2), 173-175.
- Woodside, A. (2013). Moving Beyond Multiple Regression Analysis to Algorithms: Calling for Adoption of a Paradigm Shift from Symmetric to Asymmetric Thinking in Data Analysis and Crafting Theory. *Journal of Business Research*, 66 (4), 463-472. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.12.021>.
- Woodside, A. G. (2014). Embrace• perform• model: Complexity theory, contrarian case analysis, and multiple realities. *Journal*

of Business Research, 67(12), 2495-2503. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.07.006>.

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287509332334>.

Woosnam, K.M., & Aleshinloye, K.D. (2015). Residents' emotional solidarity with tourists: Explaining perceived impacts of a cultural heritage festival. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. doi:10.1177/1096348015584440.

Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y. F., & Rozier-Rich, S. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.016>.

Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), 363-372. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5).

Yu, C. P., Chancellor, H. C., & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287509353189>.

Yürük, P., Akyol, A., & Şimşek, G. G. (2017). Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty. *Tourism*

- Management*, 60, 367-378. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.016>.
- Zaidan, E. A. (2016). Tourism shopping and new urban entertainment: A case study of Dubai. *Journal of Vacation Marketing*, 22(1), 29-41. DOI: <https://doi.org/10.1177/1356766715589426>.
- Zajadacz, A. (2016). Sports tourism: an attempt to define the concept. *Turyzm*, 26(1), 96-97.
- Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(1), 5-101. DOI: <https://doi.org/10.1080/10295399608718592>.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206. DOI: <https://doi.org/10.1086/651257>.
- Zhao, W., & Ritchie, J. B. (2007). Tourism and poverty alleviation: An integrative research framework. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3), 119-143. DOI: <https://doi.org/10.2167/cit296.0>.

ANEXOS

Anexos



Estamos realizando un estudio para conocer las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo deportivo y nos gustaría contar con tu opinión. El cuestionario es anónimo y tus respuestas serán usadas globalmente con fines académicos y científicos. Por favor contesta a todas las preguntas con una sola respuesta. Muchas gracias por tu colaboración.

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1	El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	1	2	3	4	5
2	El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	1	2	3	4	5
3	El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	1	2	3	4	5
4	El turismo deportivo se beneficia de otros sectores no turísticos en nuestra localidad	1	2	3	4	5
5	El turismo deportivo crea más oportunidades de empleo en personas que proceden de fuera de la isla	1	2	3	4	5
6	Debido al turismo deportivo , la práctica de deporte es más cara para los residentes	1	2	3	4	5
7	El turista deportivo tiene un gran poder adquisitivo	1	2	3	4	5
8	El turista deportivo gasta más dinero al día que el turista convencional	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

9	El turismo deportivo produce la masificación de playas, senderos, parques y otros lugares al aire libre en la isla	1	2	3	4	5
10	El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas....	1	2	3	4	5
11	El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	1	2	3	4	5
12	Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	1	2	3	4	5
13	El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales.	1	2	3	4	5
14	El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales.	1	2	3	4	5
15	El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	1	2	3	4	5
16	La demanda comercial de los turistas deportivos provoca cambios en las actividades y culturas tradicionales.	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

17	El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro.	1	2	3	4	5
18	El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua	1	2	3	4	5
19	Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo .	1	2	3	4	5
20	El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

21	Me gustaría ver a más turistas realizando actividades deportivas en Gran Canaria.	1	2	3	4	5
22	Apoyo a que el turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en Gran Canaria	1	2	3	4	5
23	Apoyo al desarrollo de eventos/programas/servicios turísticos-deportivos (por ejemplo: instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	1	2	3	4	5
24	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo a través del turismo de actividades acuáticas	1	2	3	4	5
25	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de golf en la isla	1	2	3	4	5
26	En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de naturaleza en la isla (senderismo, cicloturismo...)	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

27	En general, estoy muy satisfecho con mi calidad de vida	1	2	3	4	5
28	Estoy satisfecho con mi localidad como lugar para vivir	1	2	3	4	5
29	El turismo deportivo ha mejorado la calidad de vida de los residentes	1	2	3	4	5
30	El futuro de la comunidad es prometedor/esperanzador	1	2	3	4	5

Anexos

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

31	Gran Canaria tiene un paisaje atractivo para el turismo deportivo	1	2	3	4	5
32	Gran Canaria tiene un clima agradable para el turismo deportivo	1	2	3	4	5
33	Gran Canaria es un lugar seguro para vivir	1	2	3	4	5
34	Las nuevas atracciones turísticas-deportivas aumentan en la promoción de la isla	1	2	3	4	5
35	El turismo deportivo aumenta la expansión del turismo en la isla	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

36	Prefiero vivir en esta comunidad frente a otras comunidades	1	2	3	4	5
37	Vivir en esta comunidad significa mucho para mí	1	2	3	4	5
38	Siento un fuerte sentimiento de pertenencia a esta comunidad	1	2	3	4	5

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

39	Participo en actividades relacionadas con el turismo deportivo	SI	NO
40	Participo en los planes y el desarrollo relacionados con el turismo deportivo	SI	NO
41	¿Ha trabajado o su trabajo está relacionado con el turismo o con los eventos?	SI	NO
42	¿Tiene algún familiar cercano cuya profesión esté relacionada con el turismo o los eventos?	SI	NO
43	¿Está a favor de la actual política turístico-deportiva de Gran Canaria?	SI	NO

Señala el grado de conformidad con las siguientes cuestiones donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

44	En general, creo que los beneficios del turismo deportivo en Gran Canaria son superiores a su coste.	1	2	3	4	5
45	La industria del turismo deportivo debe planificarse mejor para el futuro.	1	2	3	4	5
46	Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente.	1	2	3	4	5
47	Creo que la isla debe hacer esfuerzos para atraer a más turistas deportivos	1	2	3	4	5

48. En una escala del 1 al 10, donde 1 significa nada importante y 10 muy importante, ¿qué importancia le das al turismo deportivo?

Nada importante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muy importante
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------

49	Edad:										
50	Sexo	Hombre					Mujer				
51	¿Practica deporte?	Si					No				
52	Tiempo residiendo en la isla	Menos de 1 año		1-3 años		4-10 años		Más de 10 años			
53	Indique el municipio en el que reside										
54	Ocupación	Empleado		Desempleado		Estudiante		Otro: (ama/o de casa...)			
55	Estado civil	Soltero		Casado		Divorciado/separado		Viudo/a			
56	Nivel de estudios	Ninguno		Primarios (EGB, primaria...)		Secundarios (BUP, COU, ESO, FP, Bach.)			Universitarios		
57	Ingresos anuales	Menos de 12.000€		De 12.001 a 18.000 €		De 18.001 a 24.000 €		De 24.001 a 30.000 €		Más de 30.001 €	
58	Indique de 1 a 10 su orientación ideológica o política (Marque con un X una casilla)										
1 Extrema Izquierda	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Extrema derecha		